قضايا فى الإعلام الدولى

الأستاذ الدكتور
سامى الشريف
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

الدكتورة
ثـــريا البـــدوى
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

Bar Code *05300100*

المحتويات



لقد كانت الدول النامية – والعربية من بينها- ضحية لعصر العولمة وتكنولوجيا الاتصال، ذلك العصر الذى حمل تهديدا مباشرا لسيادة تلك الدول، ومساسا بأمنها الثقافى والإعلامى.

فمع الأقمار الصناعية ، وشبكات الإنترنت، ووسائل الإعلام الدولية تلاشت المسافات وتساقطت القيود على حرية الفكر والتعبير، وأصبحت وسائل الإعلام العالمية تروج لثقافة كونية واحدة تدفع العالم إلى الدخول فى قالب ثقافى واحد يتم إعداده فى الغرب بحكم سيطرته على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات!!

ولقد عانت الدول النامية من محاولاتها الحفاظ على هويتها وخصوصيتها الثقافية فى ظل هذا الاختلال الإعلامى، والهيمنة التى تفرضها الدول المتقدمة على وسائل الإعلام العالمية.

وبين هيمنة وغطرسة من جانب الدول المتقدمة، ومحاولات يائسة من جانب الدول النامية لتوصيل رؤيتها والدفاع عن ثقافتها وهويتها يدور الجدل والحوار اللامتوازن.

ويعرض هذا الكتاب لمفاهيم الإعلام الدولى وأدواته والتأثيرات المتبادلة بين العالمية والخصوصية، سواء من المنظور التاريخى أو المنظور الحضارى.

كما يعرض الكتاب للنماذج العربية للتواجد على الساحة الإعلامية الدولية، سواء من خلال الإذاعات الموجهة أو القنوات الفضائية العربية التى جاءت فى معظمها تقليدا ممسوخا للتجارب الغربية، وتواجدا باهتا على الساحة الفضائية.

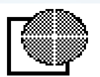
ويأمل المؤلفان أن يجد القارئ العربى فى هذا الكتاب المتعة والثقافة.

ونسأل الله أن يكون فى هذا الجهد المتواضع إضافة للمكتبة العربية، وفائدة للقارئ العربى حيث كان.

والله من وراء القصد

المؤلفان


الجــزء الأول
إعـــداد
أ.د. ســامى الشريـف



الوحدة الأولى
التجارب العربية في البث الفضائي المباشر

الأهداف السلوكية:

بعد دراسة هذه الوحدة، يجب أن يكون الدارس قادراً على أن:

١. يتعرف نشأة فكرة البث الفضائى.

٢. يتعرف البدايات الأولى لإنشاء الأقمار الصناعية وأنواعها.

٣. يتعرف الدور الذى قام به العرب فى مجال البث الفضائى.

العناصر:

- التعريف بفكرة نقل بث التليفزيون عبر الأقمار الصناعية.
- الاستخدامات الأولى للأقمار الصناعية فى البث التليفزيونى.
- تجربة القمر الصناعى العربى عربسات.
- تجربة القمر الصناعى المصرى نايل سات.
- الأقمار الصناعية، نشأتها وتطورها وأنواعها.
- استخدام الأقمار الصناعية فى البث التليفزيونى المباشر.
- التطورات التكنولوجية الحديثة فى مجال البث المباشر.
- المحاولات العربية الأولى للحاق بركب التطور التكنولوجى فى مجال الأقمار الصناعية.
- انشاء المؤسسة العربية للأقمار الصناعية (عربسات) والأقمار التى أطلقتها.
- التجربة المصرية فى إطلاق الأقمار الصناعية نايل سات.
- واقع القنوات الفضائية العربية بعد إطلاق أقمار العربسات والنايل

الوحدة الأولى

التجارب العربية في البث الفضائي المباشر

بداية البث الفضائي المباشر:

لفترة طويلة من الزمن ظل الإرسال التليفزيوني يقوم على مبدأ الانتقال من مركز بث ومحطة تقوية لمركز بث أرضي آخر ومحطة تقوية ثانية " Point to Point Transmission"، كما يحدث في الاتصال التليفوني، ولكن التقدم السريع في مجال تكنولوجيا أقمار الاتصالات كان كبيراً خلال العقدين الأخيرين، حيث طور من خلالهما أكثر من ستة أجيال من الأقمار الصناعية، وتحولت قدرة الجيل الأول القادر على حمل ٢٤٠ مكالمة هاتفية فقط وقناة تليفزيونية واحدة، إلى جيل من الأقمار يستطيع حمل أكثر من عشرات الآلاف من المكالمات إضافة إلى مئات المحطات التليفزيونية والإذاعية.

بدأ تاريخ غزو الفضاء متعدد الأهداف عندما قدم "آرثر كلارك" أستاذ الرياضيات فكرته عن إمكانية ربط العالم بأقمار صناعية تهدف إلى قيام شبكة اتصالات بين أجزائه، وقد اقترح هذا العالم أنه لو تم وضع قمر صناعي فوق خط الاستواء فإن دورانه سيكون متعامداً مع الأرض، وسيبدو كأنه ثابت في مكان ارتفاعه ٢٢,٣ ألف ميل عن سطح الأرض وفي الفضاء.

جاءت بداية استخدام الفضاء والأقمار الصناعية لأغراض البث الإذاعي والتليفزيوني وخدمات الهاتف مع بداية الستينيات؛ عندما أرسل السوفييت في عام ١٩٥٧ أول قمر لهم لغزو الفضاء، وقد أطلقوا عليه اسم "سبوتنيك ١، Spoting 1"، وأتبعوه بالقمر "سبوتنيك ٢، Spoting 2" الذي حمل أول كائن حي إلى الفضاء، إذ كان على متنه الكلبة الشهيرة "لايكا"، وسرعان ما استشعر الأمريكيون أهمية السبق الفضائي، فأطلقوا أول أقمارهم الفضائية في عام ١٩٥٨، وكان يدعى (المسبار المستكشف أو الرائد)،

"إكسبلورر، Explorer " ، وألحقوه في العام التالي ١٩٥٩ بالقمر"سكور، Score" الذي تحطم بعد تسعة أيام فقط من إطلاقه ليسقط في المحيط الهادي.

ويعد القمر (الرسول) "كوريور، Courier" الذي أطلق في عام ١٩٦٠ أول الأقمار الأمريكية التي نجحت في نظام نقل الاتصالات، وتبعه في العام نفسه ١٩٦٠ القمر الأمريكي (الصدى) "أيكو، Echo" الذي يعد باكورة إشراف وكالة الفضاء الأمريكية "ناسا، NASA".

أما بالنسبة لأقمار الاتصال الصناعية فقد بدأت فعلياً عندما أطلق الأمريكيون قمرهم الصناعي "Telestar" في عام ١٩٦٢ ليغطي مساحة تمتد ما بين لندن ونيويورك مقدماً برامج تليفزيونية مشتركة ما بين أمريكا وشبكة اليورفيزيون التي أنشئت عام ١٩٥٩، لكن هذا القمر لم يستمر بثه أكثر من عشرين دقيقة، بينما يعتبر قمر "Early Bird" الذي تم إطلاقه عام ١٩٦٥ أول قمر تخطى مراحل التجريب واستطاع أن يعمل بفعالية، ورد عليهم القطب الآخر آنذاك بإطلاق منظمة أقمار الاتصال للكتلة الشرقية "Intersputnik" أول قمر صناعي لاتصالات الفضاء لها عام ١٩٦٢ أيضاً، ومن حينها أصبح استخدام الأقمار الصناعية عنصراً رئيسياً وهاماً في نقل البيانات والمعلومات داخل وخارج الحدود، بالنظر إلى ما تحققه من سرعة في نقل الإشارات، وبحد أدنى من التشويش لتغطي مسافات شاسعة، حتى أن بمقدور ثلاثة أقمار صناعية ثابتة على ارتفاع ٣٥,٩٠٠ كيلو متر فوق خط الاستواء أن تغطي وجه الكرة الأرضية كاملة، فالقمر الصناعي "Satellite" هو جسم دوار يطلق من نقطة على الأرض إلى مدار معين في الفضاء فوق خط الاستواء على ارتفاع ٢٢,٣٠٠ ميل، وذلك بواسطة صواريخ بعيدة المدى تضعها في المدار المحدد، ثم تنفجر أو تعود لحمل مركبة أخرى، وبهذا يدور القمر في مداره بسرعة تقارب سرعة الأرض، بحيث يظهر للعيان وكأنه ثابت، وغالباً ما يكون هذا القمر مزوداً بمحطة استقبال وبمحطة إرسال ليقوم بنقل المعلومات من نقطة

على سطح الأرض تبث المعلومة إلى نقطة أخرى أو أكثر على سطح الأرض تستقبل الإرسال الذي يحمل هذه المعلومة عن طريق محطات الأقمار الصناعية أو أطباق الاستقبال اللاقطة.

لقد دخل إطلاق الأقمار الصناعية مرحلة أكثر تطوراً في عام ١٩٦٥ حين أطلقت مؤسسة الأقمار الصناعية الدولية السلكية واللاسلكية "Intelsat" أول قمر صناعي لها، وطوال ربع قرن من الزمان تقريباً احتكرت مؤسسة "أنتلسات" خدمة الأقمار الصناعية في العالم، إلى أن ظهرت مؤسسات أخرى منافسة لها في أوروبا، وفي دول العالم الثالث.

وكانت الطفرة التكنولوجية الأكثر تأثيراً تلك التي حدثت مع مطلع الثمانينيات عندما استخدمت الأقمار الصناعية للبث التليفزيوني المباشر"DBS": "Direct Broadcasting Satellite".

ويعرف هذا النوع من الأقمار الصناعية للبث التليفزيوني المباشر بأنها: الأقمار الصناعية التي تمتلك القدرة على توزيع الإشارات المرسلة إليها من محطة أرضية، تدعى بالوصلة الصاعدة "Up-Link" بشكل مباشر لجميع أجهزة الاستقبال المنزلية المنتشرة في جميع الأرجاء التي يغطيها من الكرة الأرضية، وذلك عن طريق استقبال الإشارة المرسلة إليه من المحطة الأرضية على شكل موجة لاسلكية بتردد محدد، وتحميلها على أحد المحولات الأربعة والعشرين التي يحملها ليستطيع بذلك تحميل ٢٤ إشارة تليفزيونية في وقت واحد، مع مضاعفة هذا العدد لاحقاً ليتمكن المحول الواحد من حمل إشارتين أو أكثر من الإشارات التليفزيونية التي يعيد إرسالها مباشرة بعد تضخيمها بمكبرات خاصة على شكل موجة أيضاً ذات تردد محدد تدعى بالوصلة الهابطة "Down-Link" ، وعادة ما تستخدم هذه الأقمار نوعين من الترددات هما: السي باند "C-Band" التي تتروا ح بين ٤-٦ جيجا هرتز، والكيو باند "KU-Band" التي تتراوح بين ١١-١٤ جيجا هرتز، وذلك ضمن

إرسال قوي يتراوح بين ١٥٠ إلى ٢٠٠ وات، ووفق هذا النظام أمكن نقل المواد والبرامج التليفزيونية مباشرة من القمر الصناعي إلى أجهزة الاستقبال في المنازل دون المرور على المحطات الأرضية أو النظم الكابلية.

لقد رافق هذه الخطوة زيادة كبيرة في ظهور القنوات الفضائية الدولية المتعددة التي يمكن استقبالها مباشرة باستخدام أطباق استقبال صغيرة الحجم، والتي يصل قطرها لأقل من متر واحد فقط (حوالي ٧٠ سم)، وهذا كله شجع الدول والشركات والمؤسسات المختلفة على مزيد من الاهتمام ببناء أنظمة البث التليفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية وتطويرها.

وبهذا استطاعت أقمار "DBS" أن تنافس نظم التليفزيون الكابلية بسبب مرونتها وقلة تكلفتها، إلى جانب قدرتها الواسعة على التغطية الجغرافية انطلاقاً من ٣٠ سبتمبر ١٩٧٥ عندما استخدمت شركة "HBO" الأمريكية القمر الصناعي "RCA" لنقل بطولة العالم للوزن الثقيل في الملاكمة بين "محمد علي كلاي وجو فريزر" من مدينة "مانيلا" إلى مدن "جاكسون وميسسبي وفورت بيرسي وفلوريدا" التي استقبلت البث المباشر لتقدمها عبر أنظمتها الكابلية، إلا أن الاستخدام الأول الحقيقي للبث المباشر إلى المنازل مباشرة دون واسطة الشركات الكابلية وباستخدام أجهزة الاستقبال المنزلية الدقيقة كان في ١٧ يناير عام ١٩٧٦ عندما أطلق القمر الصناعي التجريبي للاتصالات "Hermes" بجهد أمريكي كندي مشترك، حاملاً "Amplifier" بقوة (٢٠٠) وات، من قاعدة "كيب كانفيرال" بولاية فلوريدا الأمريكية، في وقت أطلقت فيه المنظمة الدولية لأقمار الاتصالات البحرية "Inmarsat" أول قمر صناعي لها عام ١٩٧٦.

ولم تظهر الولايات المتحدة الأمريكية على ساحة البث المباشر وحدها، إذ دخلت اليابان ميدان المنافسة عام ١٩٧٨ بواسطة قمرها التجريبي "BSE" والذي قدمت من خلاله وزارة المواصلات والبريد والإذاعة الوطنية اليابانية "

"NHK" أول خدماتها التليفزيونية الفضائية، كما أطلقت منظمة أقمار الاتصال الأوروبية "Eutelsat" أول قمر صناعي لها عام ١٩٧٧.

إلا أن شبكة الكابلات الإخبارية الأمريكية "CNN" التي أسسها "تيد تيرنر" تعد من أوائل المستخدمين للأقمار الصناعية في البث التليفزيوني المباشر على المستوى الدولي منذ عام ١٩٨١، - أي قبل أن تشهد انطلاقتها الحقيقة في حرب الخليج الأولى بعشر سنوات- حين بدأت في توصيل خدماتها الإخبارية للفنادق الرئيسية الكبرى في العديد من عواصم العالم، ثم توسعت خدماتها في مرحلة لاحقة لتشمل المنازل، مما حقق للشبكة انتشاراً عالمياً واسعاً حتى بلغ عدد الدول التي تعيد بث إرسال الشبكة أكثر من ١٥٠ دولة، الأمر الذي أشعل المنافسة العالمية على حقوق البث المباشر عبر الأقمار الصناعية للوصول إلى الجماهير المستهدفة خارج الحدود، وأصبح البث المباشر على المستوى الدولي حقيقة واقعة، وأصبح العالم -في ظله- ليس قرية إلكترونية فحسب، بل حجرة صغيرة يطالع كل فرد يجلس فيها مجمل ما يقع من أحداث وتطورات في أي ركن منها لحظة وقوعها مباشرة!!.

لكن كان قد سبق ذلك إقرار لجنة الاتصالات الفيدرالية الأمريكية "FCC" في العام ١٩٧٩ إقرار مبدأ حرية الأفراد في امتلاك أطباق الاستقبال الفضائي دون الحاجة للحصول على أي تراخيص مسبقة، تجاوباً مع ظهور أول طبق استقبال فضائي في عام ١٩٧٦ على يد الأمريكي "تايلور هوارد، Taylor Howard" أستاذ الإلكترونيات بجامعة "ستانفورد، Stanford" الذي صنع هذا الطبق ليتمكن من استقبال إشارات الكابل، الأمر الذي دفع شركة "STC" التابعة للكومسات الأمريكي بتقديم أول مشروع لإقامة خدمة بث تليفزيوني، وحرية تملك أطباق البث المباشر نفسه، عبر بث أربع قنوات بالنظام التماثلي بواسطة قمر يعمل بتردد "كيو باند" يمكن لأي طبق قطره (٢-٣) قدم من التقاط بثه، وتطور الأمر بعد ذلك فحصلت شركة "USCI"

الأمريكية عام ١٩٨٢ على الموافقة على استخدام القمر الكندي المنخفض القوة بهدف إنشاء خمس قنوات فضائية تليفزيونية تهتم بشكل محدد بالاستقبال المنزلي لخدماتها التي تغطي الغرب الأمريكي عبر أطباق صغيرة حجمها أربعة أقدام، وذلك لقاء أجر اشتراك شهري مقداره ٤٠ دولارًا، مع العلم أن تكلفة تركيب الطبق بلغت آنذاك ٣٠٠ دولار أمريكي، واستمر هذا المشروع حتى صيف عام ١٩٨٤ إذ توقف لقلة عدد المشتركين الذي لم يتجاوز العشرة آلاف مشترك.

في هذه الفترة استمرت وزارة المواصلات والبريد والإذاعة اليابانية "NHK" في إطلاق أقمارها الصناعية التجريبية للبث الفضائي المباشر عبر إطلاق القمر "BS2a" عام ١٩٨٤، والقمر "BS2b" و "BS2b1" في عام ١٩٨٦ والذي اختبر عليه التليفزيون العالي الجودة "MUSE".

وباستثناء محاولات اليابان والولايات المتحدة الأمريكية التي شاركت الشركات الكندية والاتحاد السوفيتي السابق لم تكن هناك محاولات يمكن تسجيلها على هذا الصعيد حتى منتصف عقد الثمانينيات الذي بدأ مع عام ١٩٨٥ يشهد تغيرات كان لها الأثر الأكبر في استعداد دول عدة لدخول سبق البث الفضائي أبرزها بعض الدول الأوروبية والصين وأستراليا.

فقد شكل عام ١٩٨٥ ضربة قوية لتطور صناعة البث المباشر في أمريكا، وذلك حين أدى انسحاب الشركة الرائدة "STC" المفاجئ عام ١٩٨٤ من العمل في مجال البث الإذاعي المباشر إلى ضعف الاهتمام به، حيث لم تعد توجد أي خدمة على الهواء في مجال البث التليفزيوني الفضائي المباشر في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٨٥، وهذا رافقه في العام التالي مع عودة النشاط الفضائي إلى انخفاض مبيعات الأطباق الفضائية بأمريكا بعد موافقة شركة "FCC" لشركات " الكيبل " على تشفير إرسالها لحماية استثماراتها عام ١٩٨٦، مما أدى إلى ظهور الأطباق القادرة على فك التشفير وعودة المبيعات

للارتفاع مرة ثانية، لكن الاهتمام بالبث التليفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية ظل ضعيفاً حتى بداية التسعينيات عندما جاء "روبرت مردوخ" صاحب شركة "FOX" الأمريكية ليشكل مع شركة "NBC" وشركة "هيوز Hughes" اتحاداً لتطوير نظام البث المباشر، وبدوره سرعان ما تهاوى هذا الاتحاد لتضارب مصالح الشركات الثلاث، ولم يمنع هذا من استمرار شركة "هيوز" مع الفكرة لتنضم إليها فيما بعد شركة "USSB" المهتمة بالمشروع، ويحققان معاً نجاحاً كبيراً، حيث استخدمتا النظام الرقمي "الديجتال"، مع قمرٍ صناعي ذي قوة عالية يستطيع توصيل الإشارة مباشرة إلى المنازل، وتطوير طبق استقبال صغير قطره ١٨ بوصة ليحقق هذا الائتلاف جودة عالية من البث صوتاً وصورة.

لم تكن نهاية عقد الثمانينيات وبداية عقد التسعينيات ليشكل نجاحاً واسعاً لأمريكا وحدها في مجال البث الفضائي التليفزيوني المباشر، لكنه شكل تقدماً واسعاً لمعظم دول العالم، حيث أطلقت المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية " Arabsat" أول قمر صناعي لها في ٨ فبراير عام ١٩٨٥عن طريق تعاقدها مع شركة أيريان الأوروبية، والقمر الصناعي الثاني من هذا الجيل في يونيو ١٩٨٥ بواسطة المكوك الفضائي "ديسكفري"(*)، كذلك أطلقت ألمانيا قمرها الأول "Sat TV" عام ١٩٨٨ عن طريق نظام "الأنالوج"، كما أطلقت فرنسا في التوقيت نفسه وعلى النظام نفسه قمر "TDF1" الذي يحمل أربع قنوات تليفزيونية، فيما شهد هذا العام كذلك إطلاق الشركة الأوروبية "SES" أول سلسلة أقمار "Astra" الأوروبية، التي مكنت الجمهور الأوروبي من مشاهدة أكثر من ١٠٠ قناة عالمية على التتابع، لتشهد بعدها أوروبا إطلاق القمر الصناعي الأبرز "Hotbird" الذي يتضمن حالياً أكثر من ٤٥٠ قناة تليفزيونية مفتوحة ومشفرة، عامة ومتخصصة، حكومية وخاصة، وتعود ملكيتها إلى دول

(*) سيتم عرض تفصيل عن بداية استخدامات العرب للبث الفضائي التليفزيوني المباشر وتاريخه بشكل منفرد في هذا الفصل.

في آسيا وإفريقيا والأمريكتين وأستراليا، إضافة إلى أوروبا نفسها، كما واصلت وزارة المواصلات والبريد والإذاعة الوطنية اليابانية "NHK" إطلاق أقمارها "BS3a" عام ١٩٩٠، و"BS3b" عام ١٩٩١.

وقد بلغ عدد الأقمار الصناعية الخاصة بالبث المباشر حسب التقويم الدولي للأقمار الصناعية في عام ١٩٩٢-١٩٩٣ ثمانية أقمار، في حين رصدتها بعض المصادر العربية الأخرى بعشرة أقمار منها خمسة أقمار أمريكية.

وشهد العام ١٩٩٤ بروز البث الرقمي على نطاق واسع للظهور، الأمر الذي شكل نقلة كبيرة للبث الفضائي التليفزيوني المباشر عندما بثت شركتا "Direct TV" و "USSB TV" ومن بعدهما شركة "Prim ester TV" بشكل موسع عبر النظام الرقمي العالي الجودة في مدينتي **"جاكسي والميسيسبي"** للأطباق المنزلية ذات القطر ١٧ بوصة، ولتمكن من خلالها أكثر من مليون أمريكي من الاشتراك في هذه القنوات.

وفي ظل انتشار القنوات الفضائية التي تبث إرسالها بمختلف لغات العالم حالياً، وتزايد أعداد الشبكات والمنظمات التي تعمل في مجال الأقمار الصناعية حدد الاتحاد الدولي للاتصالات من خلال برنامج عمله وتنسيقه مع الاتحادات العالمية والدول صاحبة الأقمار المختلفة طبيعة خدمات الأقمار الصناعية، ومدارها المفترض أن تسلكه حول الأرض بشكل لا يتعارض مع مدارات أقمار صناعية أخرى، و مناطق تغطيتها، ومن أشهر تلك الاتحادات:

١-الرابطة الدولية لأقمار الاتصال "Intelsat": "The International Tele Communications Satellite Consortium"، وقد أطلقت أول قمر صناعي لها عام ١٩٦٥، لتصبح فيما بعد تضم أكثر من ١٠٠ دولة تغطي أقمارها كل الكرة الأرضية لخدمة كل محطات الكرة الأرضية ودول العالم قاطبة.

٢- المنظمة الدولية لأقمار الاتصالات البحرية "Inmarsat" وقد أطلقت أول قمر صناعي لها عام ١٩٧٦.

٣- منظمة أقمار الاتصال للكتلة الشرقية "Intersputnik" وقد أطلقت أول قمر صناعي لها عام ١٩٦٢.

٤- منظمة أقمار الاتصال الأوروبية "Eutelsat" وقد أطلقت أول قمر صناعي لها عام ١٩٧٧.

٥- المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "Arabsat" وقد أطلقت أول قمر صناعي لها عام ١٩٨٥.

٦- إضافة لشركات أخرى خاصة أقل حجماً مثل: مؤسسة "جوريزونت" و"ماركو بولو"، و"أوليمبس"، و"هيسبا سات" و"آسيا سات" و"تليكوم" و"إينسات" و"ماترا ماركوني" للاتصالات الفضائية التي أطلقت القمر الصناعي المصري "Nilesat" في عام ١٩٩٨.

لقد واجهت محطات التليفزيون التقليدية تهديداً مباشراً من جانب الأقمار الصناعية والبث المباشر، حيث حرم هذا البث محطات التليفزيون من ممارسة دور حارس البوابة، كما أن الدول المختلفة فقدت سلطاتها في التحكم والرقابة لما يشاهده الناس في منازلهم، مما سبب قلقاً شديداً للعديد من دول العالم على القيم والثقافات السائدة، وعلى علاقة الجمهور بالنظم السياسية، كما ألقى بظلال كثيفة على مستقبل تلك النظم، ومدى قدرتها على الاستمرار، وعلى الرغم من أن البث الفضائي التليفزيوني المباشر أضحى أمراً واقعاً، ومضى عليه من الزمن ما يجعل تلك القنوات التقليدية والنظم التي تقف وراءها تسلم بالوضع الحالي، إلا أن هذا لم يمنع من استمرار تعالي الأصوات وتشدد المواقف لمواجهة ما يمكن مواجهته للحفاظ على الهوية والتراث والموروث الثقافي والحضاري والأخلاقي للشعوب كافة،

وهذا ما سيحاول المبحث التالي إلقاء الضوء عليه من خلال إبراز أهم التطورات التي رافقت تطور البث الفضائي عموماً والمصطلحات المرافقة لانتشاره، وتناول تفاصيل انعكاسات البث الفضائي المباشر على المنطقة العربية وواقعه.

العرب واستخدامات الفضاء:

لقد جاء اهتمام الدول العربية بفكرة الأقمار الصناعية وتوظيفها لخدمة أغراض البث الإذاعي والتليفزيوني منذ وقت مبكر، وقبل كثير من دول العالم الثالث، وذلك في البداية عبر الاستفادة من التكنولوجيا التي تمتلكها الدول المتقدمة في ظل فقدان البنية التقنية العربية لمستلزمات هذه التجربة الضرورية والهامة لمواكبة الركب الحضاري والتقني.

وظهر الاهتمام العربي بامتلاك تقنية البث الفضائي التليفزيوني لأول مرة في عام ١٩٦٧ عندما أوصى مؤتمر وزراء العرب المنعقد آنذاك في تونس "بضرورة استخدام التكنولوجيا الحديثة التي توفرها نظم الأقمار الصناعية في تطوير وسائل الإعلام العربية".

ومنذ ذلك الحين توالت الاجتماعات ورفعت التوصيات في هذا الصدد، إلى أن أطلق القمر الصناعي العربي –عربسات- في فبراير ١٩٨٥ معلناً دخول العرب في نادي الأقمار الصناعية، كعضو يرتاد عصر الفضاء لأول مرة، ومبشراً باستخدام يعود بالإفادة والتطوير على جميع الدول العربية ومواطنيها جزاء الاستفادة من إمكانيات وميزات البث الفضائي.

ولقد تمت هذه الخطى الهامة والجميع يحدوه الأمل بأن يؤدي هذا القمر دوره في تفعيل آليات التبادل الإخباري والبرامجي بين الدول العربية وزيادة التعاون فيما بينها على نحو يماثل التعاون الإعلامي الأوروبي الذي يحققه

النظام الإخباري لشبكة اليورفيزيون الأوروبية، إضافة إلى كونه يعكس تواجداً عربياً على الساحة الفضائية بشكل أو بآخر.

وقبل تناول أبرز المراحل التاريخية التي رافقت دخول العرب عصر الفضاء لا بد أن نلقي الضوء على أهمية وحيوية هذا الانطلاق للأمة العربية، وحاجتها الاستثنائية للاستفادة مما تتيحه تكنولوجيا البث الفضائي من خدمات وأغراض إعلامية، وأهم هذه المتطلبات:

- تعتبر جغرافية الوطن العربي المتسعة، وتنوع تضاريسها، ووجود الحواجز الطبيعية بين كثير من المدن والقرى العربية مبرراً لاستغلال أية فرصة للتغلب على ضعف إمكانيات البث الأرضي، وتكلفته المرتفعة سواء داخل القطر الواحد أو الأقطار جميعها، كما كان يحدث على سبيل المثال في ليبيا والسعودية والجزائر.
- يتيح البث الفضائي العربي التواصل بين شعوب المنطقة العربية وتحقيق الانسجام والتفاعل الأمثل بين أبنائها بما يخدم مصالح التقارب العربي والعمل العربي المشترك.
- إن البث الفضائي بما يمتلكه من فرص تجاوز الحدود والرقابة سيكون الحل الأمثل لمواجهة بعض الخلافات العربية التي تقف وراء منع التبادل الثقافي والمعلوماتي بين مختلف الأقطار العربية.
- يوفر النظام الفضائي العربي لأنظمة التبادل الإخباري الرسمي تبادل الحزم الإخبارية، والمعلومات اليومية عن أنشطة وفعاليات الحكومات العربية الرسمية.
- يساعد البث الفضائي العربي في تقوية الخدمة التليفزيونية التي تعتبر من أهم الوسائل الإعلامية والمعرفية في الوطن العربي نظراً لتفشي الأمية على نطاق واسع.

- يمكن استخدام النظام الفضائي لمواجهة ارتفاع تكلفة إنشاء قنوات تليفزيونية متخصصة يكون هدفها محاربة الأمية، وتفعيل دور الإعلام التربوي والتعليمي، إضافة لدعم خطط التنمية العربية، وإنجاح بعض المشاريع الخاصة كتنظيم الأسرة، والرعاية الصحية، والاهتمام بالبيئة.
- يفيد انتشار الفضائيات العربية في توفير مادة يمكن أن تكون بديلة لما يتلقاه المواطن العربي من مصادر خارجية، وخاصة تلك التي توجه رسائلها لقطاع مهم وفعال من الجمهور العربي، كالشباب والأطفال.
- يسهم البث الفضائي العربي بشكل أو بآخر في نقل الصورة الصحيحة للشعوب العربية إلى العالم الخارجي، والتي تحاول دوائر سياسية عدة أبرزها دوائر الكيان الصهيوني بأجهزته الإعلامية، والأبواق التي يسخرها لتشويه هذه الصورة.
- لقد كانت الحضارة العربية من أهم الحضارات التي قدمت للثقافات العالمية وأخذت منها التجربة الإنسانية الواسعة، وسيفيد البث الفضائي من استمرار هذا التلاقح الثقافي بين الأمة العربية والحضارات الإنسانية جمعاء.
- تشكل الجاليات العربية خارج حدود الوطن العربي أكبر التجمعات الإنسانية في دول العالم نظراً للظروف السياسية والاقتصادية التي مرت بها المنطقة العربية، وسيفيد البث الفضائي الدول العربية من التواصل مع أبنائها المهاجرين والاستفادة المثلى منهم إضافة لاستمرار ربطهم وأبنائهم بأوطانهم ولغتها وتقاليدها وموروثها الثقافي.

أبرز المراحل التي مر بها استخدام البث الفضائي في المنطقة العربية:

لقد أدرك العرب هيمنة التكنولوجيا الحديثة من جراء الانفجار الهائل في تقنيات الاتصال والإعلام، والتحول إلى فكرة القرية الكونية، واللحاق بركب

ثورة المعلوماتية، الأمر الذي تطلب من دول العالم العربي الاستعداد لمواجهة المتغيرات الدولية الجديدة بالخطاب الإعلامي الذي يناسبها وبالأساليب التي من شأنها تحقيق الأهداف المرجوة.

وحقيقة الأمر أن العالم العربي لم يكن بعيداً عن هذا المجال، إذ شهد البث الفضائي العربي عدة محطات هامة في مسيرته التي امتدت إلى ما يقارب من ٣٧ عاماً منذ انطلاقتها الأولى على الورق وفي أروقة مؤتمرات جامعة الدول العربية عام ١٩٦٧ وحتى يومنا الراهن، وقد تراوح عمر استخدام البث الفضائي في المنطقة العربية ضمن عدة مراحل ما بين التحضير للانطلاق، ومن ثم الانطلاق بشكل جزئي وعبر الاستفادة من تكنولوجيا الآخرين، ليشهد فيما بعد الانتشار الواسع الذي تمتاز به الفترة الحالية إثر إطلاق القمرين الصناعيين العربي "عربسات" والمصري "النايلسات"، ويمكن اختصار هذه المراحل وفقًا لما يلي:

١- مرحلة التوصيات والتخطيط النظرى:

وتم في هذه المرحلة رصد العديد من المؤتمرات العربية والاجتماعات الخاصة التي تهدف للاستفادة والتحضير لإطلاق هذا البث، وقد كان أولها كما سبق أن أشرنا توصيات مؤتمر وزراء الإعلام العرب المنعقد عام ١٩٦٧ في مدينة بنزرت بتونس والتي نادت بضرورة استخدام التكنولوجيا الحديثة التي توفرها نظم الأقمار الصناعية في تطوير وسائل الإعلام العربية، وخدمات التعليم، وما رافق ذلك من إنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية وتطوير اتحاد إذاعات الدول العربية، وتوصية المؤتمرات اللاحقة التي عقدت بإشراف الجامعة العربية.

ويمكن اعتبار هذه المرحلة مرحلة التوجيه السياسي، حيث كان التوجه آنذاك سياسياً بحتاً، روعي فيه امتصاص الهزيمة العسكرية لنكسة يونيو ورفع

الروح المعنوية، وإيصال صوت الحق العربي خارج المدى الإقليمي، وبالتالي يمكن استخدامه في الإعلام الخارجي للقضية الفلسطينية.

٢- مرحلة التأسيس الفعلي وإنشاء المؤسسة العربية الاتصالات الفضائية بعد تأسيس اتحاد الإذاعات العربية:

بعد تشكيل اتحاد الإذاعات العربية "ASBU" في عام ١٩٦٩، دخل مشروع إنشاء الشبكة الفضائية العربية مرحلته الثانية التأسيسية، ففي التاسع من فبراير من عام ١٩٦٩ انعقد في الخرطوم الاجتماع التأسيسي الأول لاتحاد الإذاعات العربية، وتجمع الإذاعيون العرب لأول مرة في شكل اتحاد مهني يضمهم، ويسعى لتقوية أواصر الأخوة بينهم، وترقية الأداء الإذاعي العربي، وقد تداول المجتمعون في هذا اللقاء الكثير من المواضيع التي تتعلق بتحقيق الأهداف الواردة في اتفاقية الاتحاد، والصادرة عن جامعة الدول العربية، وكان من أبرزها الكيفية التي يمكن من خلالها تحقيق قرار وزراء الإعلام العرب في بنزرت ١٩٦٧ حول آلية استخدام التكنولوجيا الحديثة في تطوير الإعلام العربي، وخدماته التعليمية.

وعلى اعتبار أن الأقمار الصناعية كانت أهم إنجاز تكنولوجي في مجال الاتصالات آنذاك، فقد دعت الدولة المضيفة إلى تبني فكرة إطلاق قمر صناعي عربي، وإلى أن يخطو الاتحاد في سبيل تحقيقها خطوات عملية.

وقد بادر الاتحاد في العام التالي لتأسيسه ١٩٧٠ لتشكيل لجنة للربط التليفزيوني بين الشبكات الأرضية والأقمار الصناعية، والتي باشرت أعمالها بلقاء الاتحاد العربي للمواصلات السلكية واللاسلكية في مؤتمره العاشر ببغداد في العام نفسه، وقد توصل المجتمعون ، رغم تحفظ اتحاد المواصلات على المشروع الفضائي ، إلى الطلب من اليونسكو المساعدة في دراسة جدوى إنشاء وإطلاق القمر الصناعي.

وافقت اليونسكو على الطلب العربي المقدم من ست دول هي: (المغرب والجزائر والجمهورية العربية المتحدة (سوريا ومصر) والكويت والعراق والسودان) مع تحمل جميع نفقات دراسة الجدوى، وكونت لهذا الغرض فريقاً من الخبراء برئاسة الخبير السويدي "إدوارد بلومان، Edward Ploman"، من الاتحاد الدولي للاتصالات "ITU" الذي قام بزيارة إلى غالبية الدول العربية والتقى بوزراء الإعلام والتربية والتعليم والزراعة والصحة فيها.

وقد أوصى تقرير فريق الخبراء الدولي النهائي الصادر من باريس بجدوى مشروع القمر الصناعي العربي نظراً للحاجة الماسة إليه، وللفوائد الجمة التي يمكن أن تعود على هذه الأمة العربية التي تجمعها من الصلات والأواصر ما يفوق أي تجمع إقليمي آخر.

وعلى إثر هذا التقرير اتخذت الجمعية العمومية لاتحاد إذاعات الدول العربية في دورتها الثالثة عام ١٩٧١ قراراً صادق عليه مجلس الوزراء العرب بتبني الدول العربية مشروع الربط التليفزيوني بين شبكات التليفزيون العربية عن طريق قمر صناعي لاستخدامه في الأغراض التثقيفية والإعلامية، بشكل يمكن اعتباره وسيلة اقتصادية معتدلة التكاليف، تقوم على الإنفاق لا الربح لتحقيق الأهداف المرجوة، وهي في الوقت نفسه محاولة ذات جوهر إنساني في مجالات التعليم والإعلام والتنمية الريفية والصحة، وأسلوب لسد الثغرة التكنولوجية مع الدول المتقدمة.

وعلى هذا حول اتحاد إذاعات الدول العربية في دورته الرابعة المنعقدة بدمشق عام ١٩٧٢ طلب دراسة جدوى جديدة أكثر تفصيلاً إلى برنامج الأمم المتحدة للتنمية، على أن تراعي هذه الدراسة إمكانية الاستفادة من الشبكات الفضائية القائمة أو التي ستقوم، مع ضرورة ربط الشبكات الأرضية العربية بالمحطات التليفزيونية القائمة في الدول العربية المتجاورة، ومن ثم ربطها بالشبكات الأوروبية.

وأسفرت زيارة خبير ثانٍ لليونسكو لعشر دول عربية هي: "الجزائر وتونس والسودان ومصر والإمارات والكويت والعراق وسوريا والسعودية والأردن" بناء على طلب جديد من اتحاد الإذاعات العربية عن التوصيات التالية:

- ضرورة وجود سياسات محددة للتنمية الوطنية.
- الاهتمام بوضع استراتيجيات للتجديد ترتبط بأهداف برامج الإعلام والتنمية.
- الحاجة إلى استحداث ترتيبات ونظم إدارية واقتصادية ومالية لازمة لتنفيذ برامج الاتصال عبر الفضاء.

ويعد عام ١٩٧٢ أول عام يشهد إقامة المؤتمر العربي لاتصالات الفضاء تحت رعاية اتحاد إذاعات الدول العربية في الأردن، وقد نتج عن هذا المؤتمر ورقة عمل مستفيضة تتضمن الجوانب الإدارية والمالية للمشروع، كما تمخض عنه الموافقة على قرارات الاتحاد بهذا الخصوص، وتشكيل لجنة فنية تمثل فيها الحكومات العربية للسير قدماً في مراحل التنفيذ برئاسة "صلاح عامر" مستشار الجامعة العربية، والمدير السابق لإدارة الاتصالات في الجامعة العربية الذي أتاح له موقعه ضمن أروقة الجامعة القيام بعمل بارز لدفع المشروع إلى الوجود، حتى أن البعض يعتبرونه (أبو القمر الصناعي العربي)، وقد أسفر هذا النشاط على تشكيل الاتحاد العربي للمواصلات السلكية واللاسلكية لجنة فنية مشتركة مع اتحاد إذاعات الدول العربية أوصت في عام ١٩٧٤ بالتبني الرسمي للمشروع، وبقيام مؤسسة عربية متخصصة تسهر على تنفيذه، وتحقق أهداف الخطة العربية الشاملة والطموحة للاتصالات السلكية واللاسلكية.

وبناءً على ما سبق ؛ وصلت بعثة ثالثة لليونسكو نتيجة طلب الجمعية العمومية لاتحاد إذاعات الدول العربية المنعقدة في الدوحة عام ١٩٧٥ بغرض:

- مساعدة الاتحاد في وضع مخطط تفصيلي لمتطلبات الإذاعة والتليفزيون في مجال شبكة الاتصالات الفضائية العربية.
- بيان الخطوات التي يتعين اتخاذها من طرف الإذاعيين قبل أن توضع شبكة الاتصالات الفضائية موضع التنفيذ.
- تحديد مهمات القطاع الفضائي المقترح إقامته ضمن إطار المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية.

وقد أسفر تقرير البعثة الصادر في الجزائر العاصمة في يوليو ١٩٧٥ بعد زيارة كل من ليبيا ومصر والسودان وسوريا وعمان والعراق والأردن ولبنان عن النتائج التالية:

- تمثيل السلطات الإذاعية والتربوية من خلال منظماتها الإقليمية في الجهاز الإقليمي الذي سيتم إنشاؤه، وأن تشترك بشكل كامل في إدارة النظام.
- الشروع على الفور في التخطيط للمجالات غير التقنية، وهي الأكثر تعقيداً وكلفة من التسهيلات التقنية.
- الاستخدام المكثف لوسائل التغطية والتبادل القائمة، والمضي في المشروعات القائمة مثل إقامة جهاز لتبادل الأخبار العربية.
- استخدام تجارب جديدة ومشروعات رائدة في مجالي الإذاعة والتربية، وتنفيذها على الفور من أجل الاستعداد لاستخدام النظام المقبل.
- تشكيل لجان وطنية للتخطيط الإعلامي للقيام بالاستعدادات الوطنية، والتنسيق فيما بينها لتوفير المساندة للجنة الإقليمية، ولمجموعة الخبراء.

ونتيجة لهذه التوصيات؛ اجتمعت مجموعتا العمل الهندسي والبرامجي للاتصالات الفضائية التابعة للاتحاد في ١٨ أغسطس ١٩٧٥ بعمان لمناقشة موضوع الشبكة الفضائية العربية وتوصيات الخبراء حول البرامج الإذاعية

والمرئية لها، وقد نتج عن هذا الاجتماع عدة توصيات أخرى أهمها وجوب وجود وسائل تمهيدية لهذه الثورة الاتصالية وتنشيطها، والقيام باستبيان خاص بمجالات استخدام الشبكة الفضائية العربية بواسطة الراديو والتليفزيون كخطوة معاونة للتعرف على الأوضاع الراهنة، ودراسة الخطط المقررة للبرامج، والاتجاه نحو التوسع في الخدمات الإذاعية، وتجميع البيانات الأساسية لتخطيط واستخدام الشبكة الفضائية العربية.

وعليه كان تأسيس المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "Arab Satellite Communication Organization" (A.S.C.O) في ١٤ إبريل ١٩٧٦ من الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية نتيجة طبيعية ومنطقية لتطور الأحداث، والتهيئة النهائية لإطلاق القمر الصناعي العربي الأول.

٣- مرحلة الاستفادة الجزئية من خدمات الدول المتطورة بشكل فردي:

قبل إطلاق القمر الصناعي الأول "عربسات" استفادت بعض الدول العربية من علاقتها مع بعض الدول الأوروبية لظهور البث الفضائي على شاشاتها، كما حدث مع تونس والمغرب، حيث ظهر فيهما عام ١٩٨٩ البث التليفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية كبداية لتأريخ ظهور البث الفضائي المباشر في الوطن العربي عندما نشرت الصحف التونسية أن تونس بدأت تستقبل القناة الثانية في التليفزيون الفرنسي عن طريق بث القمر الصناعي الفرنسي "تيليكوم "Telecom" على امتداد عشرين ساعة في اليوم، تبدأ من الصباح وتستمر حتى بعد منتصف الليل، كما منحت الحكومة المغربية امتيازاً لشركة مغربية متعاونة مع القناة الأولى الفرنسية والقناة اللندنية للكابل "فيديو ترون" وتدعى شركة (سورياد) للدراسات والإنجازات السمعية والبصرية في ١٩٨٩/٢/٤ لإقامة شبكة تليفزيونية خاصة، تبث برامجها باللغتين العربية والفرنسية عبر القمر الصناعي (انتلسات-٥ الدولي) لسكان المغرب ودول شمال وغرب أفريقيا الناطقة باللغة الفرنسية، على أن تكون الخدمة باللغة العربية عامة متاحة لكل

المشاهدين مقابل أن تكون الخدمة باللغة الفرنسية خاصة ومشفرة بالاشتراك لتغطي إلى جانب اشتراكات المعلنيين نفقات القناة.

كما قامت البحرين ببث برامج تليفزيونات الخدمة الدولية الفضائية لهيئة الإذاعة الوطنية ستار عبر تليفزيونها الوطني في ١٥ نوفمبر ١٩٩١ لمدة ١٨ ساعة يومياً، ثم زاد فيما بعد ليصل في يناير من العام نفسه إلى ٢٤ ساعة يومياً، كما قامت السودان بعد ذلك بأربع سنوات وعلى الرغم من إطلاق الجيل الأول من القمر الصناعي العربي عربسات بخوض تجربة البث الفضائي المباشر عبر الأنتلسات في ٣٠ يونيو ١٩٩٥، وذلك قبل أن تستأجر إحدى قنوات العربسات رغبة في خفض النفقات، ومواكبة التطورات المتلاحقة وفق إمكانيات السودان الاقتصادية الصعبة.

٤- مرحلة الانطلاق الفعلية؛ وقد شملت هذه المرحلة:

أ) إطلاق القمر الصناعي العربي "عربسات" بأجياله الثلاثة ابتداء من عام ١٩٨٥.

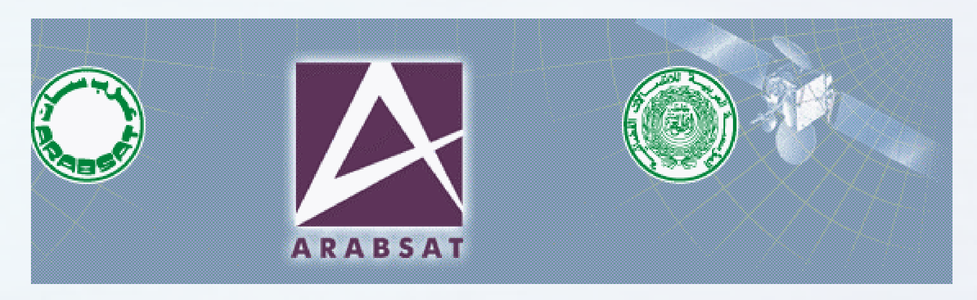
ب) إطلاق القمر الصناعي المصري "نايلسات" ابتداء من عام ١٩٩٨.

حيث نجم عن هذه المرحلة ظهور القنوات الفضائية العربية على خارطة القنوات الدولية بشكل ظاهر وملموس، حتى أضحى لكل دولة عربية قناة فضائية أو أكثر، ودخل المال العربي مجال الاستثمار الفضائي إلى جانب القنوات الحكومية لتظهر القنوات الفضائية العربية الخاصة، وتتنوع الخدمات التي تؤديها هذه الخدمات ما بين العامة والمتخصصة، وفي معظم مجالات الحياة، كالثقافة والأخبار، والأسرة والطفل والترويج السياحي والترويج الإعلاني، والاقتصاد، والرياضة، والدراما، والموسيقى والغناء، والتي تراوحت خدماتها ما بين المتاح للعموم، والمشفر للمشتركين، وسيتم تناول جزئيتي هذه المرحلة "العربسات والنايلسات" بشيء من التفصيل في الصفحات القادمة.

انطلاق القمر الصناعي العربي "عربسات" وتطوره:

المؤسسـة العربية للاتصالات الفضائية "العربسـات":

"Arab Satellite Communication Organization"



جامعة الدول العربية
المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية
ARAB SATELLITE COMMUNICATIONS ORGANIZATION
عرب سات
ARABSAT

*** القمر الصناعي العربي (عربسات):**

قبل أن يبدأ إطلاق أقمار البث المباشر ذات القدرات الإشعاعية العالية التي تستطيع أن توصل خدماتها للمستفيد منها في شتى مناطق العالم دون وسيط وبقدرات تكنولوجية بسيطة ورخيصة الثمن كانت المنطقة العربية تقع في نطاق البث التليفزيوني للعديد من أقمار الاتصالات، وأقمار البث المباشر، وبالتالي تمكنت هذه المنطقة من استقبال عدد كبير من القنوات التليفزيونية الفضائية بهوائيات صغيرة نسبياً، وأكثر المناطق تأثراً هي منطقة المغرب العربي، وشمال أفريقيا، ولكن هذا لا يمنع من أن باقي الدول العربية تتأثر بإرسال القنوات التليفزيونية مع استخدام هوائيات أكبر، فالمنطقة العربية وشبه الجزيرة العربية تقع في المنطقة "١" ويغطيها ٥٩ قمراً صناعياً مخصصاً لمختلف الاستخدامات، منها ٣١ قمراً مخصصاً للاتصالات.

ولمواجهة هذا الغزو الفضائي الخارجي ولبدء منظومة البث الفضائي العربي المشترك أنشأ اتحاد إذاعات الدول العربية المؤسس عام ١٩٦٩ المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "Arab Satellite Communication Organization" (A.S.C.O) في ١٤ إبريل ١٩٧٦ من قبل الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية على إثر اتفاقية المؤتمر الثالث لوزراء المواصلات العرب المنعقد في القاهرة في التاريخ نفسه.

و"العربسات، Arab Sat" منظمة عربية للاتصالات الفضائية وضعت كموجه أساسي لأقمار الاتصال في العالم العربي، وهي مخصصة لتقديم خدمات نوعية لأعضائها وربط أجزائها بطليعة مؤسسات الاتصال المتطورة، وهي مؤسسة ذات شخصية اعتبارية وقانونية كاملة، تعمل بشكل مستقل في إطار جامعة الدول العربية، ومقرها العاصمة السعودية الرياض، وتدار من قبل مجلس إدارة منبثق عن جمعية عامة تضم وزراء المواصلات في الدول العربية، ويتولى الأعمال التنفيذية فيها جهاز إداري يرأسه مدير عام، وهي

مفوضة بتصميم وتنفيذ قطاع فضائي عربي لتوفير خدمات الاتصالات الفضائية العامة والمتخصصة للدول العربية، وفقاً للمعايير المعمول بها دولياً.

وخلال ست سنوات من إنشائها استمرت هذه المؤسسة في محاولات تمهيدية لإطلاق قمرها الأول، حتى استطاعت في عام ١٩٨١ التعاقد مع شركة "إيرسبساتيال" الفرنسية "Aerospatiale" على تصنيع ثلاثة أجيال من الأقمار الصناعية التي تحمل اسمها "العربسات".

وعموماً يمكن بالاعتماد على مراجعة مراحل تطور مشروع العربسات تحديد عدة مؤسسات عربية شاركت في تحريك مشروع القمر الصناعي العربي، أهمها:

١) الاتحاد العربي للمواصلات السلكية واللاسلكية.

٢) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

٣) الجهاز العربي لمحو الأمية وتعليم الكبار.

٤) جهاز تليفزيون الخليج.

*** بعض الصعوبات التي واجهت انطلاق مشروع العربسات:**

ولقد واجه مشروع إطلاق القمر الصناعي العربي عقبات عدة، أبرزها الظروف السياسية التي رافقت التحضير للمشروع، حيث دخل العالم العربي مع بداية عقد الثمانينيات وكذلك التسعينيات دائرة الصراعات المحلية والإقليمية والدولية، فمن الاجتياح الإسرائيلي لبيروت عام ١٩٨٢ إلى استمرار الحرب العراقية الإيرانية حتى عام ١٩٨٦، لكن أبرز الشروخ في جسد الصف العربي أحدثه احتلال النظام العراقي السابق للكويت عام ١٩٩١، الأمر الذي جعل القرار السياسي العربي يدخل في مرحلة التوهان، والتفتت، وتعطيل جميع المشاريع التنموية والإعلامية العربية المشتركة، ومنها العربسات.

كما واجهت العربسات عشرات المشاكل الروتينية التي تحكمها آلية العمل العربي المشترك، وهذا ما أخر انطلاق وتبني المشروع عدة مرات، لكن الأهم من ذلك كان عدم قناعة بعض الجهات المختصة في الاتصالات العربية بجدوى المشروع وفائدته، ومدى إمكانية تحقيقه، الأمر الذي جعل دراسات الجدوى تتكرر، حتى وصلت إلى ثلاث بعثات من قبل اليونسكو إضافة إلى البعثات التي أرسلها البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة، وكانت قرارات هذه اللجان وتوصياتها كل مرة تتبناها عدة جهات ترفع تقاريرها لعدة دوائر قرار، وكل منها يجب أن ينتظر موعد انعقاد الدورة التالية للمؤتمر المعني للبت في الأمر.

وإضافة للمسائل الروتينية والصراعات العربية الداخلية والصراعات العربية العربية، فإن الصراع العربي الإسرائيلي كان له دوره أيضاً في تعطيل مشروع العربسات، إذ تأخر إطلاق القمر الصناعي العربي الأول ستة أشهر بسبب محاولة إسرائيل عرقلة المشروع، وذلك من خلال الضغط الذي مارسه اللوبي الصهيوني على الكونجرس الأمريكي بعدم إعطاء شركة "فورد" المرخص لها بيع قطع الغيار إلى أقمار العربسات بحجة أنها ستستخدم لأغراض عسكرية من قبل – أعداء إسرائيل- وبعد التأخير منحت الرخصة تحت قائمة طويلة من الشروط، أبرزها:

١- أن قطع الغيار التي ستباع لأقمار العربسات ذات قيمة عسكرية قليلة، ولا خطر منها من الناحية الاستراتيجية.

٢- توجد اتفاقية سرية تربط العربسات بالقمر الأمريكي الأنتلسات الذي يضم بدوره معظم الدول العربية تحت قائمة مشتركيه.

٣- أن بيع قطع غيار للعربسات سوف يؤمن فرص عمل عديدة للشعب الأمريكي، ويفيد شركاته الاقتصادية.

٤- أن بيع قطع غيار للعربسات لن يأتي بالضرر على إسرائيل.

٥- أن إعطاء رخصة لشركة "فورد" لا يعنى الاعتراف بمنظمة التحرير الفلسطينية، أو تحسين العلاقات مع ليبيا.

٦- أن معظم الدول العربية ، وخصوصاً المالكة للعربسات تربطها علاقات صداقة قوية مع أمريكا.

*** عضوية العربسات وملكيتها وهيكلها الإداري والمبادئ التي تقوم عليها:**

تعود عضوية المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "العربسات" للدول الأعضاء في جامعة الدول العربية، والمساهمة بشكل مباشر في رأسمال المؤسسة، ويتكون مجلس إدارة هذه المؤسسة من تسعة أعضاء بينهم خمس دول دائمة العضوية، وهي تلقائياً الدول الخمس الأكثر نسباً في المساهمة برأسمال المؤسسة البالغ عند تأسيس قيامها (١٦٣) مليون دولار أمريكي، موزعين على ألف سهم، كل سهم منها قيمته (١٠٠) ألف دولار أمريكي، وقد زاد هذا الرأسمال فيما بعد انطلاق العمل، ومع زيادة تكلفة المشروع ليصبح (٢٠٠) مليون دولار أمريكي.

ويوضح الجدول التالي توزيع الدول الأعضاء في المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية العربسات وذلك وفقاً لمدى مساهمة كل دولة منها في رأسمال المؤسسة البالغ (١٦٣) مليون دولار أمريكي:

الأعضاء المشاركون في المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية

Participation of the ARABSAT Member States in Paid Capital

نسبة المساهمة	الدول الأعضاء
36.66%	The Kingdom of Saudi Arabia المملكة العربية السعودية -
14.59%	The State of Kuwait دولة الكويت -
11.28%	The Arab Jamahiriya of Libya الجماهيرية العربية الليبية -
9.81%	The State of Qatar دولة قطر -
4.66%	The United Arab Emirates الإمارات العربية المتحدة -
4.05%	The Hashemite Kingdom of Jordan المملكة الأردنية الهاشمية -
3.83%	The Republic of Lebanon الجمهورية اللبنانية -
2.45%	The State of Bahrain دولة البحرين -
2.08%	The Arab Republic of Syria الجمهورية العربية السورية -
1.9%	The Republic of Iraq الجمهورية العراقية -
1.72%	الجمهورية الديمقراطية الشعبية الجزائرية - The Democratic & Popular Republic of Algeria
1.65%	The Republic of Yemen الجمهورية اليمنية -
1.59%	The Arab Republic of Egypt جمهورية مصر العربية -
1.23%	The Sultanate of Oman سلطنة عمان -
0.74%	The Republic of Tunisia الجمهورية التونسية -
0.61%	The Kingdom of Morocco المملكة المغربية -
0.27%	The Republic of Sudan جمهورية السودان -
0.27%	The Islamic Republic of Mauritania الجمهورية الإسلامية الموريتانية -
0.25%	The State of Palestine دولة فلسطين -
0.24%	The Democratic Republic of Somalia جمهورية الصومال الديمقراطية -
0.12%	The Republic of Djibouti جمهورية جيبوتي -

ويتشكل الهيكل الإداري للعربسات من الأقسام التالية:

١) **الجمعية العمومية "The General Assembly":** وتتألف من وزراء الإعلام العرب في الدول الأعضاء بالمؤسسة أو من يمثلونهم، وهي أهم جهاز في المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية، وترأسها إحدى الدول العربية بالتناوب، و تجتمع مرة كل عام، ويدعى لحضور اجتماعاتها أربع منظمات عربية بصفة مراقبين تمثل: جامعة الدول العربية، واتحاد إذاعات الدول العربة، والاتحاد العربي للمواصلات السلكية واللاسلكية، والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

٢) **مجلس الإدارة: "The Board of Directors":** ويتألف من تسعة أعضاء مشاركين بالمؤسسة من الدول العربية، ويتم اختيارهم سنوياً، بينهم خمس دول دائمة العضوية، وهي تلقائياً الدول الخمس الأكثر نسباً في المساهمة برأسمال المؤسسة، فيما يتم اختيار الأربع الأخرى بالتناوب، ويقوم هذا المجلس برفع التقارير الصادرة عنه إلى الجمعية العمومية، ولكل دولة عربية ، سواء أكانت في مجلس الإدارة أم لم تكن صوت واحد.

٣) **الجهاز التنفيذي: "The Executive Organ":** ويرأسه المدير العام، الذي يعد الممثل الشرعي للعربسات وأعلى سلطة فيها، ويعاونه ثلاثة مديرين عموميين مساعدين مسئولين عن قسم الشئون الإدارية والمالية، وقسم الشئون التقنية، وقسم التسويق والشئون الخارجية، ويمنح الجهاز التنفيذي نفوذاً واضحاً لكبار المساهمين أسوة بالمؤسسات الدولية المشابهة، لكن ما يختلف عنها أن قيمة النفوذ تتبع الرأسمال المشارك للدول، وليس قدرة هذه الدول على التحرك، كما هو الحال في "الانتلسات، اليوتلسات".

وإضافة لهذا الهيكل الإداري ، يتفرع عن مؤسسة العربسات لجنتان هامتان تؤلفان أساس وضع مبادئ عمله، وبرامجه وأهدافه المستقبلية، وهما:

أ) **اللجنة العربية المشتركة لاستخدام الشبكة العربية**: وقد تأسست هذه اللجنة المشتركة عام ١٩٧٧ في إطار الجامعة العربية، وبالتعاون مع ممثلين عن المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، وإدارة الإعلام في جامعة الدول العربية، والاتحاد العربي للمواصلات، واتحاد الجامعات العربية، واتحاد الصحفيين العرب، والمركز العربي للدراسات الإعلامية، وتهدف هذه اللجنة إلى دراسة الاحتياجات والمتطلبات اللازمة للتخطيط والإعداد لتنفيذ البرامج عن طريق الشبكة الفضائية، إضافة لمسئولية التنسيق والإشراف على جميع الترتيبات الخاصة بالمجالات غير التقنية لوضع أسس الاستخدام الأمثل للعربسات.

ب) **المشروع الإقليمي لتخطيط الجوانب غير التقنية في الشبكة الفضائية العربية**: والذي تقدمت به خمس وزارات عربية للإعلام في كل من مصر وسوريا والعراق والسودان والأردن عام ١٩٧٧ من خلال طلب للصندوق العربي للإنماء الاقتصادي لتمويل هذا المشروع، وتهيئة الإذاعات والمؤسسات التعليمية لاستخدام إذاعات الفضاء بمعرفة مجموعة من الخبراء الدوليين تحت إشراف اليونسكو.

وقد تقرر أن تتبنى الشبكة الفضائية العربية طبقاً لميثاق عملها المبادئ التالية:

١) الشبكة الفضائية العربية جهاز من أجهزة اتحاد إذاعات الدول العربية، والسلطة عليها من قبل الجمعية العامة للاتحاد.

٢) تتبنى الشبكة كلاً من المبادئ التالية بالنسبة لميثاق عملها في تبادل الأخبار:

أ) الغاية الأساسية للشبكة الفضائية العربية الارتقاء بالخدمة الإخبارية في الهيئات التليفزيونية العربية.

ب) زيادة نشر الخدمات المصورة الملائمة التي تغطي أنباء الدول الأجنبية في الدول العربية.

ج) مواكبة التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصال، وتطويعها لخدمة تدفق الأنباء.

د) تطوير العمل في إدارات الأخبار بالهيئات التليفزيونية الأعضاء، وخاصة ما يشمل تدريب العاملين في هذه الإدارات، وتطوير مضمون الأخبار فيما يتعلق بعمل الشبكة.

هـ) التنسيق فيما بين إدارات الأخبار والهيئات التليفزيونية الأعضاء، وتسوية المشكلات الناشئة عن تبادل الأخبار، فيما بينها، وإرساء أسس هذا التبادل والإجراءات المتعلقة به.

و) تولي المسئوليات الناشئة عن تبادل الأخبار المصورة فيما بين الهيئات والأعضاء، أو فيما بين الشبكة والاتحادات الإذاعية الإقليمية، سواء تلك المتعلقة بالتخطيط والحسابات أو التشغيل الهندسي، أو ما سواها.

٣) فيما يخص دور الشبكة في المجالات المتعددة ومنها التبادل الإخباري:

أ) ستكون الشبكة من الهيئات التليفزيونية الأعضاء في الاتحاد.

ب) ينشأ للشبكة مركز للتنسيق الهندسي والبرامجي؛ مقره الكويت.

ج) يعمل المركز على تبادل الأخبار التليفزيونية بين الأعضاء، كما يعمل على توزيع الأخبار التليفزيونية، وتبادلها بينها وبين العالم الخارجي، وتخضع طريقة التبادل للعرض والطلب.

د) تكون للشبكة هيئة تنسيق تتألف من مديري الهيئات المشاركة، التي تدفع التزاماتها المادية من ميزانية الشبكة، أو ممن يفوضونه، ومن الأمين العام للاتحاد.

هـ) تجتمع الهيئة للتنسيق مرة كل تسعة أشهر، وكلما دعت الحاجة، وتتولى الإشراف على خطط العمل في الشبكة، واقتراح الميزانية السنوية، واعتماد حساباتها الختامية.

٤) لا تستهدف الشبكة الفضائية الربح التجاري من وراء:

- عمليات التبادل الإخباري.
- تتكفل الهيئات التليفزيونية الأعضاء بتغطية نفقات الشبكة بالتساوي فيما بينها.

٥) الهيئات التليفزيونية هي المصدر، والمستفيد من المادة الإخبارية المتبادلة، ولهذه الهيئات حرية اختيار الأخبار التي تقدم، أو تستقبل من خلال الشبكة الفضائية العربية، وليس لمركز التنسيق أو أي شخص يعمل فيه أو يشرف عليه سلطة التدخل في القرارات الصحفية التي تتخذها الهيئات الأعضاء، كما تمثل الشبكة قنوات مغلقة لجميع المواد الإخبارية أن تنتقل خلالها بحرية كاملة، إن كانت واردة من إحدى الهيئات، أو تطلبها هيئات أخرى.

محطات التحكم بالقمر الصناعي العربي عربسات:

أولاً-المحطة الأساسية للتحكم والسيطرة في القمر الصناعي العربي في منطقة "ديراب " بالمملكة العربية السعودية:

ARABSAT Primary Control Facility, Dirab, Saudi Arabia



ثانيًا- المحطة الثانوية للتحكم والسيطرة في القمر الصناعي العربي في مدينة تونس بالجمهورية العربية التونسية:

ARABSAT Secondary Control Facility, Tunis, Tunisia



*** الأهداف المرجوة من مشروع القمر الصناعي العربي عربسات:**

كان الهدف والغرض الأساسي من إنشاء المنظمة العربية للاتصالات الفضائية توفير الاحتياجات اللازمة لقطاعات الإعلام والمعلومات، والثقافة والتعليم . وقد حددت المؤسسة "العربسات" أهدافها التي تسعى إلى تحقيقها على النحو التالي:

١) توفير واستثمار قطاع فضائي عربي للخدمات العامة والمتخصصة في مجالات الاتصالات السلكية واللاسلكية لجميع الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية، وفقاً للمعايير الفنية والاقتصادية المعمول بها عربياً ودولياً.

٢) من أجل تحقيق الهدف السابق تزاول المؤسسة الأنشطة التالية:

أ) مساعدة الدول العربية فنياً ومادياً في تصميم وتنفيذ المحطات الأرضية بالدول العربية.

ب) إجراء البحوث والدراسات الخاصة بعلوم وتكنولوجيا الفضاء.

ج) التشجيع على إنشاء الصناعات اللازمة لتجهيز القطاع الفضائي والمحطات الأرضية في الدول العربية.

د) القيام بعمل النقل التليفزيوني والإذاعي بين الإدارات والهيئات المختصة في البلاد العربية، عن طريق الشبكة الفضائية العربية، إضافة لوضع قواعد استخدام القنوات المتخصصة للتليفزيون والإذاعة، بما يحقق المطالب المحلية والجماعية للدول العربية.

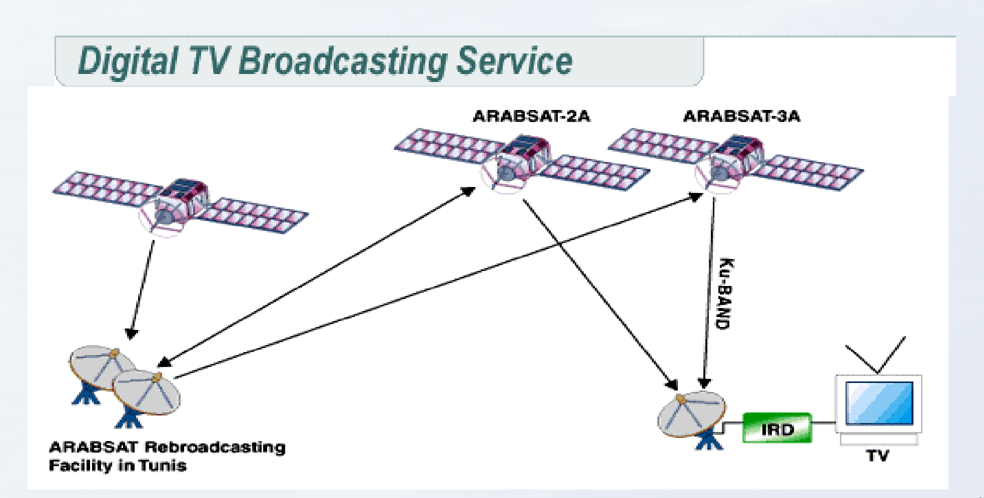
٣) أي أنشطة أخرى تخدم أهداف المؤسسة يمكن أن تقدم، توافق عليها الجمعية العمومية للمؤسسة بناءً على اقتراح دولة أو أكثر من الدول الأعضاء في المؤسسة أو من مجلس الإدارة.

وبالنظر إلى هذه الأهداف، التي تسعى المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية إلى تحقيقها، نجد أنها قريبة الشبه من أهداف المنظمة الدولية

للاتصالات الفضائية (الانتلسات، INTELSAT)، ومنظمة نظم وأقمار الاتصالات الدولية (إنتر سبوتنك، INTERSPUTING)، حيث تهدف جميعها إلى العمل على تزويد العالم المختصة به بخدمات الاتصالات الفضائية ذات الأغراض المتعددة، كالخدمات التليفزيونية، والخدمات الهاتفية، وخدمات الإنترنيت، ونظام التبادل الإذاعي عبر الساتل (USAT)، وغيرها من الخدمات التفاعلية التي تلبي الاحتياجات الحالية والمستقبلية لزبائن وعملاء المؤسسة، مما يجعلها جميعها تعمل على توسيع وتطوير دائرة خدماتها باستمرار.

أولاً- البث التليفزيوني على النظام الرقمي "الديجيتال":

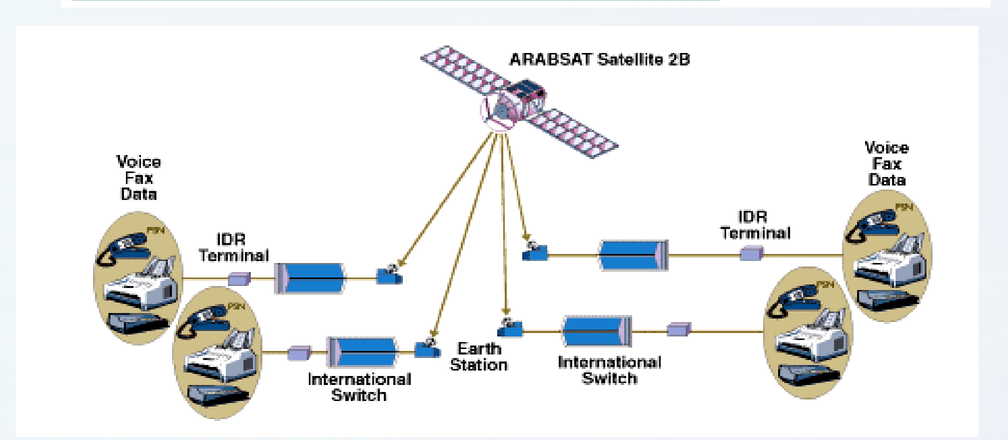
وهو يتيح لكل جمهور البث التليفزيوني في الداخل والخارج التعامل مع خدمات البث الرقمية ذات الصورة الواضحة والصوت النقي، والتي تتميز كذلك بسهولة الاستقبال وقلة تكلفته:



ثانياً- الاتصالات الهاتفية:

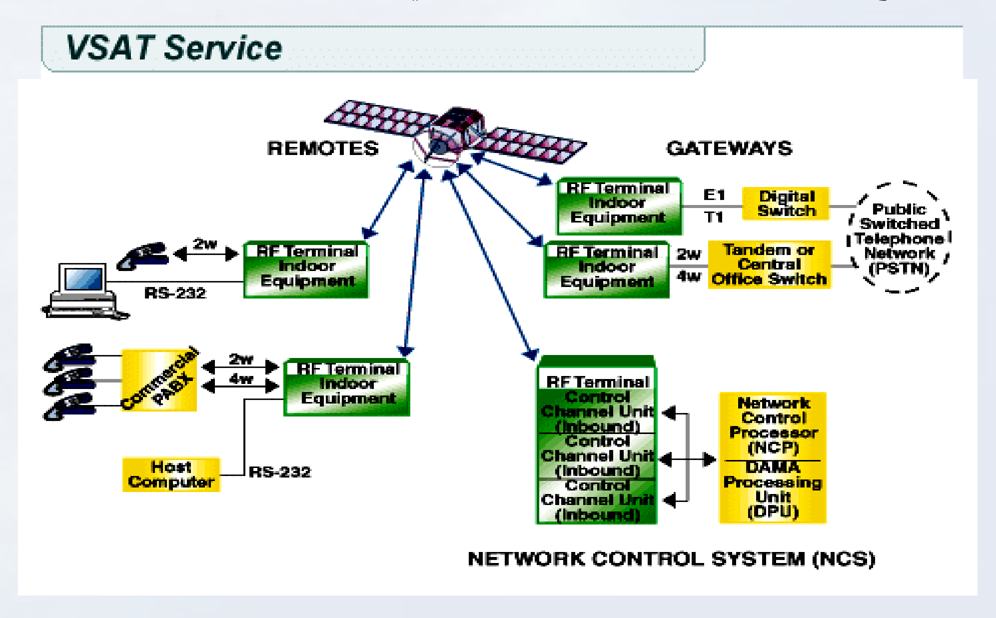
يوفر القمر الصناعي العربي بأجياله الثلاثة عشرات الألوف من الخطوط الهاتفية، وهي تشمل:

- Arabsat Immediate Data Rate (IDR)
- SCPC/CFM.



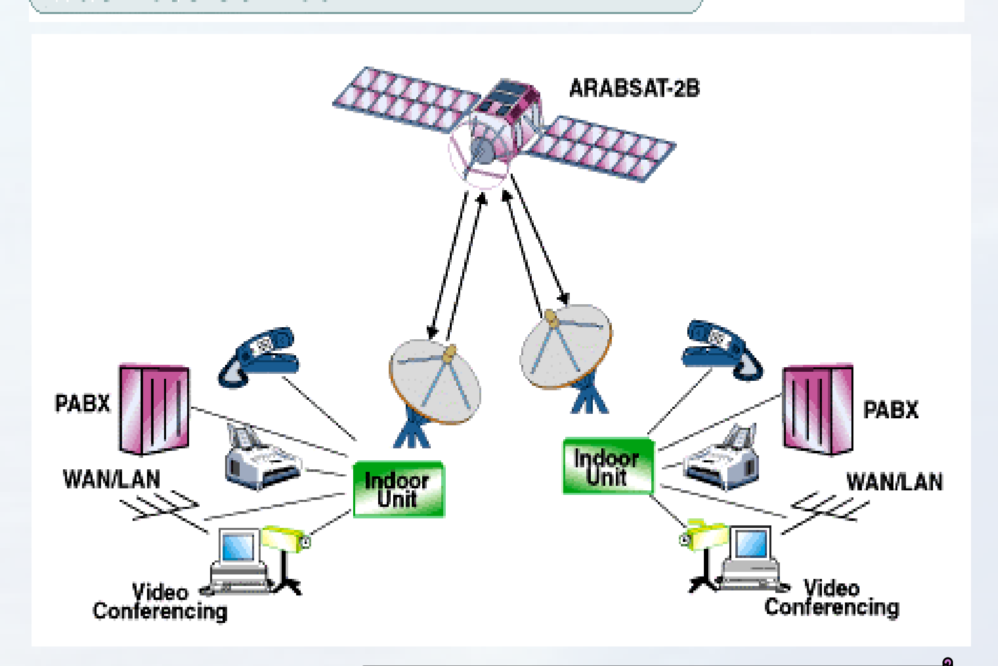
ثالثاً- الخدمات الصوتية والفاكس والبريد الإلكتروني لنقل الاتصالات والبيانات (VSAT):

تتيح الأقمار الصناعية العربية بأجيالها المختلفة، وخصوصاً الحديثة تقديم خدمات متنوعة، كالخدمة الصوتية "Voice Sat Service" والفاكس والبريد الإلكتروني لنقل البيانات والاتصالات بمختلف أشكالها المحلية والدولية، ويوضح هذه الخدمات وآلية تحقيقها الشكل التالي:



رابعاً- خدمات الأعمال والاقتصاد:

كالخدمة السابقة يقوم بتوفير هذه الخدمات مخدم اتصالات رقمي خاص مثل الخدمة الصوتية والفاكس والبريد الإلكتروني أيضاً لإفادة رجال الأعمال، في شتى المناحي الاقتصادية والاستثمارية، والتي يوضح الشكل التالي آلية تقديمها:



خامساً- خدمات أخرى متنوعة للعربسات:

أ) التبادل الإذاعي عبر الساتل (USAT):

وهو يقدم خدمات غير مكلفة، وذات جودة مرتفعة، ويعتمد على ذلك من خلال استخدام محطات نائية وطرفية صغيرة جداً.

ب) خدمات الاتصالات وتبادل البيانات (ABC):

وهي خدمات اتصالية لتبادل البيانات مخصصة للقطاع الخاص.

ج) خدمات إعلامية مباشرة لنقل الأحداث الفورية (SNG):

وهي خدمات إعلامية مخصصة لنقل وبث الأحداث الجارية فور وقوعها، تقوم على النظام الرقمي اعتماداً على محطات صغيرة متنقلة للبث التليفزيوني.

د) الخدمات التعليمية:

تتيح الإمكانيات التكنولوجية للقمر الصناعي العربي توفير حلول فعالة للمشكلات التعليمية، في المناطق النائية في الوطن العربي، وستسهم في تعويض النقص في المعلمين الأكفاء في مجال التعليم، وتحسن من مستواهم، وتقلل من الاعتماد على المدرسين الأجانب، وذلك عبر استثمار الاتصال السريع والفعال مع الجمهور، كما ستمكن استخدام القنوات الغزيرة الإشعاع من تقديم برامج تنموية، وخصوصاً ما يتصل منها ببرامج محو الأمية، وتعليم الكبار.

*** أجيال أقمار الشبكة العربية للاتصالات الفضائية"العربسات":**

إن الحديث عن جيل من الأقمار الصناعية يعني وجود ثلاثة أقمار على الأقل، واحد منها يعمل على مداره المحدد، والثاني يعمل كذلك في مدار موازٍ للقمر الأول، لكنه يعمل احتياطياً دائماً للقمر الأول، يحل محله إذا ما تعطل عن العمل لأي سبب كان، أما القمر الثالث فيكون غالباً احتياطياً للقمر الاحتياطي، ويبقى على الأرض، وإنما في أهبة الاستعداد للانطلاق في مسار ثالث، بحيث يلعب دور الاحتياطي للقمر الثاني، عندما يبدأ هذا القمر الثاني بالعمل في حال تعطل الأول، وعلى هذا تتكون المنظومة الفضائية العربية بأجيالها المختلفة من ثلاثة أقمار (قمر عامل، وآخر احتياطي، وقمر مخزن على الأرض يطلق في حال الطوارئ). وقد نصت الاتفاقيات الدولية الحديثة في هذا المجال على إمكانية الاستفادة من جميع هذه الأقمار بتكلفة الاتفاق المبدئي، ودون أي إضافات في حال لم يتعرض أحد الأقمار للتعطل، بحيث يصبح للشركة المتفقة الحق في إطلاق الأقمار جميعها في حال نجاحها كلياً. أما في حال تعطل أحدها فإن القمر

البديل المهيأ يعفي الشركة المالكة من تكاليف إضافية، أو تجهيز بديل جديد. وعموماً فإنه نادراً ما يفشل إطلاق أحد القمرين أو كليهما، وذلك بفضل التطور التقني المتلاحق لتكنولوجيا الفضاء. ومع ذلك ، فإن هذا الإجراء بالتعاقد لا زال قائماً ومعترفاً به وساري المفعول في جميع العقود والاتفاقات الفضائية الدولية حتى اليوم.

أولاً- الجيل الأول من أقمار العربسات (1A, 1B, 1C) ومدى الاستفادة من خدماته The First Generation of Arabst Satellite (1A, 1B, 1C) :

تضمن القمر الصناعي العربي في جيله الأول، كلاً من الأقمار الصناعية: العربسات (1A)، والعربسات (1B)، والعربسات (1C)، نتيجة العقد الذي وقعته المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية مع شركة "إيرسبساتيال" الفرنسية على تصنيع الأقمار الثلاثة من "Arabsat 1"، وصيانتها، والتي بلغ إجمالي تكلفتها ١٣٤ مليون دولار للأقمار الثلاثة(•).

وقد أطلق القمر الصناعي العربي الأول من الجيل الأول، عربسات " Arabsat 1A" في ٨ فبراير من عام ١٩٨٥، بواسطة مكوك شركة "إيريان الأوروبية "Airyan" من قاعدة "كورو" بجزيرة "جويانا" الفرنسية في أمريكا الوسطى، وهو مصمم ليغطي كامل مساحة الوطن العربي من مشرقه لمغربه، على مسافة تمتد إلى ٦٥٠٠ كم من الشرق إلى الغرب، و٤٥٠٠ كم من الشمال إلى الجنوب، وهو مجهز لخدمة عشرة آلاف خط تليفوني، و٣٦ محطة إذاعية وتليفزيونية تحت الطلب، عن طريق ٧ قنوات تليفزيونية، وقناة جماعية.

(•) يقال إن عدة شركات أمريكية ومن أوروبا الغربية أسهمت في تصنيع أقمار العربسات من الباطن، لأن تقنيتها تشبه بشكل كبير تقنية أقمار الجيل الرابع من شبكة الانتلسات التي تتميز بالتطور والتقنية العالية، إذ يحتوي كل قمر منها على عدة أجهزة لاستقبال الإشارات من المحطة الأرضية، وإعادة بثها بعد تكبيرها إلى مكان آخر، ومن هذه الشركات التي أعلن عن اسمها في بعض المصادر العربية شركة "فورد" الأمريكية التي تولت تجهيز قطع غيار بديلة للقمر.

وقد وضع هذا القمر على الموقع المداري (١٩) درجة شرقاً، وعلى بعد (٢٢,٣٠٠) ميل من خط الاستواء.

وكان التشغيل الأول للعربسات في مجال العمل الفضائي في مساء يوم الخميس، السادس من ذي الحجة عام ١٤٠٥ هجري، الموافق ٢٢ أغسطس ١٩٨٥ ميلادي، وقد استهل بثه التليفزيوني بتقديم لشعائر الحج المبارك من الأماكن المقدسة إلى كل الدول العربية التي تمتلك محطات أرضية مؤهلة لاستقبال بث العربسات، وانتهى عمره التشغيلي عام ١٩٩٢.

أما القمر الصناعي العربي الثاني من الجيل الأول، عربسات " Arabsat 1B": فقد أطلق في ١٥ يونيو من عام ١٩٨٥، بواسطة المكوك الفضائي الأمريكي "ديسكفري، Discovery".

وقد وضع هذا القمر على الموقع المداري (٢٦) درجة شرقاً، وعلى بعد (٢٢,٣٠٠) ميل من خط الاستواء.

وقد انتهى عمر هذا القمر التشغيلي بعد عام واحد من نهاية عمر القمر الأول، أي في عام ١٩٩٣.

ولم تتم الاستفادة الكاملة من القدرات التكنولوجية الهائلة للقمر الصناعي العربي في مجال البث المباشر، إلا في عام ١٩٩٠، حينما استأجرت مصر القناة غزيرة الإشعاع من القمر الصناعي العربي التي تشكل تكلفتها ربع تكلفة القمر الكلية لمدة ثلاث سنوات مقابل مليوني دولار سنوياً، وذلك تمهيداً لبث القناة الفضائية المصرية التي بدأ بثها الرسمي في ١٢ ديسمبر ١٩٩٠، لتكون باكورة لعشرات القنوات الفضائية العربية التي سارعت دولها ومؤسساتها المختلفة لاتخاذ الخطوات الأولى لإطلاقها.

وخلال عام ١٩٩٢ كان العمر الافتراضي قد انتهى لاثنين من أقمار العربسات، ليدخل قمرها الثالث مجال التشغيل في الفضاء.

وقد تم إطلاق القمر الصناعي العربي الثالث من الجيل الأول "العربسات 1C": بعد دخول القمر الصناعي العربي مجال الاستخدام الفضائي التليفزيوني المباشر في ٢٦ فبراير من عام ١٩٩٢ ولمدة تشغيلية مقدارها عشر سنوات (١٩٩٢-٢٠٠٢)، وبذلك تزيد المدة التشغيلية لهذا القمر عن القمرين الأوليين لحمله وقوداً أكبر، وقد تم الإطلاق من نفس قاعدة إطلاق القمر الصناعي الأول "Arabsat 1A" في "كورو بجويانا" الفرنسية بأمريكا الوسطى على متن الصاروخ الأوروبي "إيريان".

وقد وضع هذا القمر على الموقع المداري (٣١) درجة شرقاً، وعلى بعد (٢٢,٣٠٠) ميل من خط الاستواء، وقد تم في ٢٦ نوفمبر ١٩٩٧ بيع هذا القمر "Arabsat 1C" لمؤسسة أبحاث الفضاء الهندية "ISRO, The Indian Space Research Organization".

واشتمل كل قمر من أقمار الجيل الأول على ٢٦ قناة قمرية، منها:

- ٢٥ قناة منها في الحزمة "سي باند" بطاقة هابطة تبلغ ٣١ ديسيبل/وات في وسط منطقة التغطية، والهوائي الذي يلتقط بثه حجمه حوالي ٢,٤٠ متر، علماً أن منطقة التغطية تمتد من أقصى المغرب العربي غرباً حتى الهند شرقاً، ومن لندن شمالاً حتى أواسط القارة الإفريقية جنوباً.
- قناة واحدة غزيرة الإشعاع "High Power Transponder"، في الحزمة "اس" في الوصلة الهابطة، تغطي الوطن العربي بطاقة لا تقل عن ٤١ ديسيبل/وات، وتصل إلى معظم الدول الأوروبية والآسيوية، وحتى جنوب أفريقيا، ويمكن استقبال برامجها التليفزيونية بواسطة هوائي لا يزيد قطره على ٨٠ سم فقط، وبالتالي يمكن استقبال بث هذه القناة الذي يصل من نقطة الإرسال إلى كامل الأرض العربية في اللحظة نفسها في مختلف المناطق النائية وبتكلفة أقل كثيراً من بقية القنوات. وقد خصصت هذه القناة بناء على ذلك للاستقبال والبث

الجماعي، والربط بين مؤسسات التليفزيون العربية التي يمكنها التقاط بث القناة وإعادة تقديمه على الخدمات المحلية بهدف تحقيق البعد القومي للمشروع.

ولتزايد الحاجة إلى قنوات قمرية جديدة استخدمت العربسات القمر الرابع " Arabsat 1D" والذي تم تأجيره بالكامل لشركات عربية فور وصوله إلى مداره، ويغطي هذا القمر العالم العربي بطاقة تبلغ ٤٠ ديسيبل/وات في وسط منطقة التفعيل بالمنطقة العربية، و٣٣ ديسيبل/وات على الحدود الخارجية، ويمكن استقبال برامجه بواسطة هوائي لا يزيد طوله على ٩٠ سم.

*** مدى الاستفادة من خدمات القمر الصناعي العربي بجيله الأول:**

- تأخرت الاستفادة من خدمات القمر الصناعي العربي الأول " Arabsat 1A" في البث الفضائي التليفزيوني المباشر لمدة تزيد على الخمس سنوات منذ إطلاق القمر عام ١٩٨٥ وحتى استئجار أولى قنواته عام ١٩٩٠، وذلك بسبب الخلافات السياسية بين الدول العربية تجاه هذه القناة الجماعية غزيرة الإشعاع الهامة حتى قامت إدارة التليفزيون المصري بالتعاقد لاستخدام هذه القناة كباكورة للقنوات الفضائية المصرية والعربية.

- تأخر مشروع العربسات عموماً من الجانب التقني والهندسي أكثر من ٢٣ عاماً حتى رأى النور والانطلاق الفعلي منذ إقراره الأول عام ١٩٦٧ إلى تاريخ الاستفادة الحقيقية منه في عام ١٩٩٠، وهي فترة ليست بالقصيرة رجوعاً إلى ما يصرفه كل بلد عربي على اتصالاته من خلال استخدام شبكة الانتلسات الدولية وغيرها من الشبكات الدولية.

- عانى القمر الصناعي العربي الأول "Arabsat 1A" من الأعطال الفنية كثيراً، إذ توقف عن العمل بعد شهور قليلة من إطلاقه، لوجود أعطال في تفوق خلاياه الشمسية، وجهاز تحديد الاتجاه، وفي أكثر من قناة من

قنواته التي لم تعد تتطابق والمعايير الدولية المنصوص عليها في شروط المواصفات، كما تبين خروج القمر عن مداره الثابت فوق خط الاستواء، الأمر الذي أوقف الفحوص المدارية، وجعله خارج الرقعة العربية المخصص لها بالأساس، وهذا أدى إلى نشوء خلاف تحول إلى قضية مع الشركة الصانعة، طالبت على أثره العربسات بتعويض قدره ٢٥ مليون دولار لعدم توافر عناصر الإطلاق الناجحة للقمر، مما أدى إلى أن تكون نسب الإفادة منه عام ١٩٨٦ (٢,٤٪) فقط، وعام ١٩٨٧ (٣٪) فقط، بينما ارتفعت هذه النسبة لتصل إلى (٢٨٪) عام ١٩٨٨.

- زيادة تكلفة المحطات الأرضية وعجز بعض الدول العربية عن بناء مثيل لها؛ والتي كان يحتاجها هذا الجيل من العربسات، قبل الانتقال لتقنية البث المباشر – باستثناء القناة غزيرة الإشعاع الوحيدة- زاد من صعوبة وتعقيد الإفادة الفورية من المشروع، إذ إن عدد الدول العربية التي أنهت محطاتها الأرضية بعد عامين من إطلاق العربسات بلغ ١٢ دولة فقط، الأمر الذي جعله لا يدخل منافساً للشبكات الفضائية الأخرى في هذه الفترة، وجعل البلدان العربية تحتاج إلى أكثر من عدة سنوات للبدء في استخدام خدماته، وهذا كله كان محسوباً من العمر التشغيلي للقمر الذي يبلغ عمره سبع سنوات كما ذكرنا، مما زاد التكلفة التي كان من المفترض أن تقسم على مدى السبع سنوات كاملة.

- يرى بعض الباحثين أن مشروع العربسات تكلف فعلياً حوالي ٣٠٠ مليون دولار، برغم أن رأسماله الأصلي كان مقرراً له ألا يتجاوز ١٠٠ مليون دولار. وبالطبع فإن زيادة التكاليف والنفقات جاءت نتيجة التأخير في تنفيذ المشروع، وإن هذا التأخير- كما أسلفنا - جاء وليد ظروف سياسية، حيث ظلت مشاريع الاستفادة من القمر العربي ورقية الاستخدام وحبيسة الأدراج لغياب القرار وعدم وضوح الصورة،

ودخول العالم العربي دائرة الصراعات المحلية والإقليمية والدولية، وللشرخ الذي أحدثه احتلال النظام العراقي السابق للكويت عام ١٩٩١، وانفراد كل دولة بنظام اتصالات خاص بها.

- إن الحاجة لأجهزة استقبال ضخمة يزيد قطرها على ٢,٥ متر وتكلفتها التي تزيد على ٢٠٠٠ دولار آنذاك لاستقبال بث قنوات العربسات (٢٥ قناة باستثناء القناة الوحيدة غزيرة الإشعاع) جعلت المواطنين العرب يعجزون عن تلبية هذه المتطلبات، مما جعل معظمهم خارج نطاق خدماته.

- كانت السنوات الأخيرة من عمر العربسات حافلة بالطلب على القمر، وخاصة بعد إتمام معظم البلاد العربية لقنواتها الأرضية، ولاستئجار الهند التي يغطيها نظام القمر لعشر قنوات قمرية في المنطقة، مما جعل المشروع قبل انتهاء عمره الافتراضي يحقق دخلاً لم يكن متوقعاً، وهذا كان حافزاً لبدء مشروع الجيل الثاني من القمر.

- استخدم القمر الصناعي العربي الأول، إضافة لاستخدامات البث المباشر في الخدمات التقنية الهاتفية اللاسلكية بين بعض أقطار الوطن العربي، لكن المراقبين في بدايات الجيل الأول سجلوا عدم الاستفادة الحقيقية من خدمات الهاتف التي يقدمها العربسات، إذ إنه حتى عام ١٩٨٧ لم يتم استخدام أكثر من ١٪ من خدمات القمر في هذا المجال خصوصاً، وفي بقية المجالات عموماً. لكن مع بداية عام ١٩٩٢ سُجل استخدام ملحوظ للخدمات الهاتفية وبزيادة قدرها ٨,٦٪ على ما كانت عليه في عام ١٩٩٠.

- لم يقتصر البث الفضائي المباشر للفضائيات العربية على انطلاقة الفضائيات العربية الحكومية ، والتي كان أولها القناة المصرية كما أسلفنا، إذ شهدت أقمار الجيل من العربسات ظهور القنوات الفضائية

العربية الخاصة والتي كان أولها محطة "MBC" الفضائية التابعة لشركة "آرا" السعودية، ليشهد بذلك الفضاء العربي مواكبة الإعلام المرئي الخاص ممثلاً بقنوات "ART" و "MBC" و"الأوربيت" إلى جانب القنوات الحكومية ممثلاً بالعديد من القنوات الفضائية الحكومية، ومنها الفضائية المصرية والسعودية والتونسية والإماراتية والمغربية والسورية والأردنية والسودانية، وغيرها من الفضائيات العربية الحكومية.

- كما شهد هذا الجيل من الأقمار الصناعية للعربسات بروز القنوات الفضائية الخاصة إلى جانب القنوات الحكومية وشهد كذلك ظهور الحزم الفضائية ذات الاشتراك الخاص والمشفرة مثل باقة "الأوربت" إضافة لباقات "ART"، إلى جانب القنوات ذات الخدمة العامة المجانية والمفتوحة، وذلك بهدف تقديم خدمة نوعية متميزة لمشتركيها، إضافة إلى تحقيق أرباح مادية، على اعتبار أن هذه القنوات تمثل القطاع العربي الاستثماري الخاص الهادف إلى الربح.

- لعبت القناة الفضائية الأولى للقمر الصناعي العربي الأول –الفضائية المصرية- دوراً هاماً ومؤثراً في حرب الخليج الأولى لتحرير الكويت ١٩٩١، وذلك عندما قامت بتوفير كم من المعلومات التي تعتبر مرافقة وموازية لما قدمته محطة "CNN" للجمهور العربي، وجميع قنواته المحلية. ويذكر "دوجلاس بويد، Douglas Boyd" أن الفضائية المصرية الأولى في أجندة القمر الصناعي العربي الأول "Arabsat 1A" أسهمت في توفير المعلومات للمصريين وللقوات العربية -المصرية والسورية والسعودية- المتمركزة في المملكة العربية السعودية وفي الإمارات العربية المتحدة، وذلك عبر طبق استقبال جماعي "TVRO" في مقر قوات التحالف العسكرية بهدف تمكين الجنود العرب من

مشاهدتها واستقبال برامجها على أجهزة محطاتهم الأرضية، بعد تحويلها عن طريق الكابل ومحولات "HHF" ذات التردد المنخفض.

- شكلت الفضائيات العربية التي استخدمت أجيال القمر الصناعي الأول البروز الأول للدور الإعلامي العربي في مواجهة الفضائيات الغربية، وإن كان هذا الدور عابه في المراحل الأولى عدم القدرة على المنافسة ، وخاصة في المجال المعلوماتي ، إلا أنه كان ركيزة مهمة للتجدد وفاعلية هذا الدور في السنوات اللاحقة.

- شهد هذا الجيل من الأقمار الصناعية العربية تأجير البث الأثيري لقنوات أجنبية بهدف الوصول إلى الجمهور العربي إضافة إلى القنوات العربية، مثل قناة الأخبار البريطانية "BBC" والفضائية الفرنسية الخامسة "TV5" و"اليورونيوز، "Euro news" والفضائية الألمانية "الدوتيش فيلي، "DW TV"، مما أدى إلى انتشار هذه القنوات الأجنبية ووصولها المنطقة العربية، بعد أن كان قد وصل إلى جميع مناطق العالم، وهذا أدى بدوره إلى انتقال الإعلام الدولي لمرحلة حاسمة في تاريخ القنوات الموجهة، إضافة إلى زيادة حدة المنافسة بين القنوات الفضائية التي بدأت خطواتها الأولى على صعيد البث الفضائي المباشر.

- لم تخرج القنوات الفضائية العربية التي استخدمت القمر الصناعي العربي الأول من الرداء الذي تقدمه للجمهور المحلي، فجاءت الكثير من هذه القنوات نسخة مقاربة أو حتى مطابقة في كثير من الأحيان لما تقدمه على البث الأرضي.

- على الصعيد التقني ، غطى الجيل الأول من القمر الصناعي العربي الأول كامل أرجاء الوطن العربي، إضافة إلى معظم أجزاء أوروبا وآسيا، وأفريقيا بنظام "السي باند"، الأمر الذي مكن القنوات الفضائية العربية من الوصول لجمهورها المستهدف في هذه المناطق.

ثانياً - الجيل الثاني من أقمار العربسات (2A, 2B, 2C, 2D) ومدى الاستفادة من خدماته:

The Second Generation of Arabsat Satellite (2A, 2B, 2C, 2D:

لقد صاحب تزايد إطلاق القنوات الفضائية العربية رواجاً متزايداً لأنشطة المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية، خاصة مع اقتراب العمر الافتراضي لاثنين من أقمار العربسات من الانتهاء مع نهاية عام ١٩٩٢، ودخول قمرها الثالث من الجيل الأول مجال التشغيل في الفضاء مما شجعها على تصنيع أقمار الجيل الثاني من عربسات بتقنيات متطورة.

وقعت مؤسسة العربسات في إبريل من عام ١٩٩٣عقداً مع الشركة ذاتها التي اتفقت معها على إنتاج سلسة أقمار جيلها الأول الثلاثة، وهي شركة "إيروسباتيال" الفرنسية "Aerospatiale"، ليتم بمقتضى هذا العقد تصنيع قمرين من الجيل الثاني للعربسات.

وبذلك تضمن الجيل الثاني من أقمار العربسات قمرين فقط يخضعان لقانون الشركة الدولية للاتصالات سابق الذكر، وهذان القمران هما: "Arabsat 2A" و"Arabsat 2B".

وتم إطلاق القمر الصناعي العربي الأول من هذا الجيل "Arabsat 2A" في: ٩ يوليو من عام ١٩٩٦.

وقد وضع هذا القمر على الموقع المداري (٢٦) درجة شرقاً، وعلى بعد (٢٢,٣٠٠) ميل من خط الاستواء.

أما القمر الصناعي العربي الثاني من هذا الجيل "Arabsat 2B" فقد تم إطلاقه للفضاء الخارجي في: ١٣ نوفمبر من عام ١٩٩٦ أيضاً.

وقد وضع هذا القمر على الموقع المداري (٣٠,٥) درجة شرقاً، وعلى بعد (٢٢,٣٠٠) ميل من خط الاستواء.

وتتمتع أقمار الجيل الثاني باتساع سعة قدراتها القمرية، وصفاء إشارتها، واتساع مجال تغطيتها، إذ تضم أقمار الجيل الثاني (٣٤) قناة قمرية، تصل مباشرة إلى الجمهور المستهدف بأطباق صغيرة الحجم، ودون المرور على أي محطات أرضية، وهي موزعة على الشكل التالي:

- (٢٢) قناة في الخدمة الترددية (سي)، وتنقسم إلى قسمين، يضم الأول منها (١٤) قناة ذات طاقة متوسطة، والثاني (٨) قنوات ذات طاقة مرتفعة.
- (١٢) قناة في الخدمة (كي يو).

وبشكل عام تمتاز أقمار الجيل الثاني من العربسات عن سابقتها فى:

- **نوع الحزمة الترددية:** عبر إضافة الحزمة "كي يو" مما يمكن أطباق يتراوح حجمها ما بين ٦٠-٩٠ سم من التقاط البث.
- **الطاقة الإشعاعية الهابطة:** والتي تبلغ ٤٧ ديسيبل/وات في الحزمة "كي يو"، و٣٧ ديسيبل/وات في الحزمة "سي" فعلى حدود منطقة التغطية، بزيادة عن أقمار الجيل الأول التي بلغت فقط ٣١ ديسيبل/وات.
- **عدد القنوات:** التي زادت من ٢٦ قناة قمرية بالجيل الأول إلى ٣٤ قناة قمرية في الجيل الثاني.
- **العمر التشغيلي:** والذي بلغ ١٢ عاماً متجاوزاً أعمار الجيل السابق بخمس سنوات، مع العلم أنه يمكن لأعمار هذا الجيل أن تصل حتى ١٥ عاماً.
- **أجهزة الاستقبال:** كما ترسل أقمار هذا الجيل من أجهزة بث أصغر يمكن أن يلتقط بثها بأطباق أصغر على الحزمة سي لا تزيد على ٩٠ سم.

من جهة أخرى ، تعاقدت العربسات على إنشاء قمر جديد "Arabsat 2D" والذي يحمل ٢٢ قناة في الحزمة (كي يو باند) أيضاً، وكل قناة من هذه القنوات يمكنها أن تحمل عشرة برامج تليفزيونية رقمية، وقد أدى وضع

هـذا القمـر فـي نفـس الموقـع المـداري للقمـرين الآخـرين إلـى إعطـاء المشاهدين الفرصـة لاستقبال البرامج التليفزيونية من الأقمار الثلاثة عبر أسلوب وجهاز استقبال واحد.

كما جرى لاحقاً إطلاق القمر الصناعي "Arabsat 2C" من سلسلة أقمار الجيل الثاني إلى الموقع المداري (٢٦) درجة شرقاً، وهو يحمل ١٨ قناة في الحزمة "سي باند"، وتشمل تغطيته كذلك كامل الدول العربية.

ولقد حددت المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية في تاريخ ١٤٢٤/٤/١٦ هجـري، الموافـق ٢٠٠٣/٦/١٦ مـيلادي الـساعة (٠٠,٠١) بتوقـيت جـرينتش موعداً لنقل قنوات التليفزيون التماثلي في الحزمة سي باند من القمر (٢أ) إلى القمـر (٢ج) علـى نفـس الموقـع المـداري، وباسـتخدام نفس الهوائـي وجهـاز الاستقبال وعلى نفس التوجيه.

ويوضـح الجـدول التالـي مواصـفات وخـصائص أقمـار الجـيل الثانـي مـن العربسات:

عدد الأقمار الصناعية للجيل	قمران صناعيان متشابهان: - "2A" - "2B" قمران صناعيان مختلفان: - "2C" - "2D"
تاريخ الإطلاق	- "2A" (١٩٩٦). - "2B" (١٩٩٦). - "2C" (١٩٩٧). - "2D" (١٩٩٨).
الموقع المداري	- "2A" (٢٦) درجة شرقاً. - "2B" (٣٠,٥) درجة شرقاً. - "2C" (٢٦) درجة شرقاً. - "2D" (٢٦) درجة شرقاً.

• مدى الاستفادة من خدمات القمر الصناعى العربى بجيله الثانى:

- شهد الجيل الثاني من أقمار العربسات نقلة نوعية في مستوى التقنية المستخدمة، إذ تم خلاله نقل القناة غزيرة الإشعاع من الحزمة "سي باند" إلى الحزمة "كي يو" التي يمكن استقبالها مباشرة في المنازل بأطباق صغيرة الحجم لا تزيد على متر واحد بما يناسب التجمعات السكنية الكثيفة.
- مع التقدم التقني الذي شهدته سلسلة أقمار هذا الجيل من العربسات قلت التكلفة المادية لتركيب القمر، الأمر الذي حول استخدام هذه التقنية الجديدة للبث التليفزيوني من أعيان وأغنياء الدول العربية مع بداية التسعينيات إلى الجمهور العام متوسط المستوى اجتماعياً واقتصادياً مع بداية منتصف التسعينيات.
- كما شهدت سلسلة أقمار الجيل الأول من أقمار البث الفضائي للعربسات ظهور القنوات الخاصة إلى جانب القنوات الحكومية شهد الجيل الثاني ظهور القنوات الفضائية المتخصصة، كالقنوات الغنائية والدرامية، والإخبارية مثل قناة الجزيرة التي بدأت بثها في نوفمبر ١٩٩٧.
- تطورت الخدمة الإخبارية بفضل ظهور القنوات الإخبارية المتخصصة لتخرج الأخبار العربية في عصر الجيل الثاني من العربسات من الرداء الحكومي والرسمي الجاف لنطاق المنافسة الذي تمتاز به صبغة الأخبار الغربية في طريقة وآلية إعدادها وتحريرها وبثها من موقع الحدث، وبشكل حيوي ومثير.
- شهدت سلسلة أقمار الجيل الثاني من العربسات تزايدًا ملحوظاً في كم وعدد القنوات الفضائية العربية التي تسابقت الحكومات لإطلاقها، حتى أضحى تقريباً لكل دولة عربية قناة فضائية بحد أدنى، وهذا الامتياز عن

سلسلة أقمار الجيل الأول من العربسات وضع جميع هذه القنوات في ساحة المنافسة.

- على الرغم من زيادة كم القنوات الفضائية في الجيل الثاني عنها فى الجيل الأول إلا أن معظم القنوات الفضائية العربية الباثة لم يحقق بثها الفضائي تفرداً عن بثها الأرضي باستثناء القنوات الفضائية التجارية الخاصة والمتخصصة.

ثالثاً- الجيل الثالث من العربسات (3A) ومدى الاستفادة من خدماته:

The Third Generation of Arabsat Satellite (3A)

نظراً لزيادة الطلب على تأجير القنوات الفضائية على القمر الصناعي العربي، إثر النجاح الملحوظ الذي حققته المؤسسة العربية للاتصالات من خلال تأجير القنوات الفضائية العربية والأجنبية الهادفة إلى الوصول إلى الجمهور العربي في منطقة الشرق الأوسط صنعت مؤسسة العربسات عدة أقمار إضافية لها.

فقد وقَّعت مؤسسة العربسات مع الشركة الفرنسية "إيروسباتيال" ذاتها عقداً جديداً في ٨ نوفمبر ١٩٩٦ ينص على تصنيع الشركة لأقمار الجيل الثالث من قنوات العربسات "Arabsat 3".

وشهد الربع الأول (٢٦ فبراير من العام ١٩٩٩) انطلاق القمر الصناعي العربي – عربسات - "3A" في الحزمة "كي يو" والذي خصص بالكامل للبث التليفزيوني المباشر.

وقد وضع هذا القمر في الموقع المداري ٢٦ درجة شرقاً، وهو الموقع المداري نفسه للقمر الصناعي العربي السابق عربسات "2A".

ولقد استطاعت العربسات بفضل تلك التقنية أن تشغل – لأول مرة - قمرين من موقع مداري واحد، وتعد هذه التقنية نقطة ساخنة للقاء البث التماثلي بالبث

الرقمـي، إذ ستمكن هـذا القمـر مـن تغطـية جمـيع الـدول العـربية، ومعظـم دول أوروبـا بواسطة شعاع واحد، مما يتيح فرصـة الوصـول إلـى الجماهير العربية المستهدفة داخل وخـارج الـوطن العربـي باستئجار قناة قمرية واحدة علـى قمر صناعي واحد.

ويعد القمر الأول من الجيل الثالث من أقمار العربسـات متفرداً في طاقتـه، ونطـاق تغطيته، التـي ستمتد لتشمل كامل الأرض العربية، وجميع دول أوروبا الغربية، حتى أنها ستصل إلى استراليا.

كمـا يحمل هذا القمر عشرين قناة قمرية غزيرة الإشعاع، كل قناة منـها يمكنها أن تحمل عشر قنوات تليفزيونية، وتستخدم جميع هذه القنوات لأغراض البث التليفزيونـي المباشر، بعمر افتراضـي يصل إلـى (١٥) سنة، - وهو نفس العمـر الافتراضـي لجمـيع الأقمـار الـصناعية المـصنعة حالـياً، ومـنها النايلسات أيضاً-، وهذه الكمية من القنوات، والمدى العمري الطويل تجعل تكلفة قنواته أقل بكثير من أقمار الجيلين السابقين.

- **مدى الاستفادة من خدمات القمر الصناعي العربي بجيله الثالث:**

- اسـتمر تعامـل المؤسـسة العـربية للاتـصالات الفـضائية عربـسات مـع الـشركة الفرنـسية "إيروسـباتيال" التـي حظيت باحتكار تـصنيع الأجيال الـثلاثة مـن أقمـار المؤسـسة، وذلـك علـى الـرغم مـن الإشـكاليات الفنـية والتقنـية التـي رافقـت الجـيل الأول، والدعـوى القـضائية التـي رفعـتها العربسات للتعويض لإخلال الشركة بعناصر المواصفات الدولية لإطلاق العربـسات "1A" مما يعنـى أن الـشركة طـورت مـن عملهـا، وتـداركت الأخطـاء الأولـى التـي لم تكن التقنية العالمية بعدها وصلت إلى ما وصلت علـيه الآن، وأن الإفـادة التقنـية اللاحقـة مـن أجيال المؤسـسة تقـوم علـى أفـضل مـستويات التقنـية العالمـية، وهـو الأمـر الـذي دفـع العربـسات لاستمرار التعامل مع هذه الشركة ذاتها.

- جاء في تقرير المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية أن نسبة استغلال القمر الصناعي العربي في جيله الثالث بلغت الطاقة القصوى الكاملة، وبنسبة ١٠٠٪ تقنياً.
- غطى الجيل الثالث من القمر الصناعي العربي جميع مناطق الدول العربية، وقارة أوروبا، إضافة لبعض مناطق أمريكا الشمالية والجنوبية، الأمر الذي مكن الجمهور العربي خارج حدود الوطن العربي وداخله من التواصل مع قنوات بلدانه الأم الفضائية وبرامجها المختلفة.
- بفضل التقنية الجديدة والبث على حزمة "الكيو باند" استطاع الجمهور العربي مشاهدة قنوات العربسات (في جيليها الثاني والثالث) بأطباق صغيرة لا يتعدى قطرها المتر الواحد، وقد أدى هذا إلى انخفاض أسعار تكلفة التركيب والتشغيل بشكل ملحوظ، مما زاد من انتشار وإقبال الجمهور العربي على حيازة الأطباق الفضائية، فقد انخفضت تكلفة الطبق الواحد لالتقاط القنوات الفضائية من أكثر من ألف وخمسمائة دولار في بداية أقمار الجيل الأول من العربسات إلى أقل من مائة دولار فقط مع بداية تشغيل قمر الجيل الثالث من العربسات.
- بلغت نسبة الاستفادة من الخدمات الهاتفية في جيل العربسات الثالث نسبتها القصوى، إذ حمل القمر للخدمة الهاتفية الإقليمية ثمانى قنوات قمرية، بما مجموعه ٣٠١٨ قناة هاتفية.
- دخل القمر الصناعي العربي في جيله الثالث التقنية الرقمية "Digital" ليحقق - إضافة لسهولة التقاط البث الفضائي - نقاءً واضحاً في الصورة، وجودة ملحوظة في تقنية الاستقبال الفضائي.
- إضافة إلى انتشار أطباق استقبال القنوات الفضائية في الوطن العربي أدت قلة تكلفة إطلاق القناة الفضائية وانخفاض ثمن تأجيرها نتيجة لما أتاحته التكنولوجيا الجديدة من بث ثمانى محطات على موجة واحدة إلى

زيادة ملموسة في عدد القنوات الفضائية العربية، حتى أضحت معظم الدول العربية تملك أكثر من محطة فضائية، كما شهد هذا الجيل من أقمار العربسات زيادة واضحة كذلك في عدد المحطات الخاصة.

- لأول مرة زاد عدد القنوات الفضائية الخاصة بفضل الانتشار الكبير لمستقبلي هذا البث على عدد القنوات الفضائية الحكومية، فأضحت القنوات الفضائية الخاصة ظاهرة تستحق الدراسة.
- برز في هذا الجيل من الأقمار الصناعية العربية بشكل واضح القنوات الفضائية التجارية الإعلانية، لتصبح ظاهرة التسوق الغربية عبر التليفزيون ذات تطبيق خاص في المنطقة العربية، "TV Shopping"، وهذا نقل القنوات الفضائية لنواح إضافية لخدمة الجمهور العربي.
- شهد هذا الجيل من القمر الصناعي العربي زيادة ملحوظة كذلك في عدد القنوات الفضائية المتخصصة، فأضحت القنوات الفضائية الإخبارية أكثر من خمس قنوات، والقنوات الفضائية الغنائية تزيد على عشر قنوات، إضافة إلى قنوات الدراما والرياضة ، وغيرها.
- لم تقتصر زيادة القنوات الفضائية المتخصصة على الكم بل تعدتها إلى النوع، حيث أصبحت القنوات الفضائية المتخصصة تشمل تقريباً جميع مناحي الحياة، كالقنوات الإخبارية والرياضية والغنائية والدرامية وقنوات الأطفال والقنوات الدينية وقنوات الأسرة والطفل وقنوات الرعاية الصحية والقنوات التجارية الإعلانية والقنوات العلمية والترفيهية الأجنبية ... ...
- إن التسابق المحموم على إطلاق القنوات الفضائية العربية زاد من حدة التساؤل حول دراسات الجدوى عما تقدمه هذه القنوات، ومدى الدراسة

المسبقة لمضمونها وخدماتها، إذ إن التطور الهندسي لا بد أن يرافقه تطور برامجي.

- **القمر الصناعي المصري (نايلسات)(•):**

يعد القمر الصناعي المصري "نايلسات" ثاني قمر صناعي عربي بعد قمر الجيل الثالث من العربسات مخصص بالكامل لبث القنوات التليفزيونية والمعلوماتية والوسائط المتعددة للإعلام.

ويرجع البعض بداية القمر الصناعي المصري الأول "النايلسات ١٠١" إلى عام ١٩٧٧ حين طالبت هيئة الهندسة الإذاعية بوزارة الإعلام المصرية بحجز موقع للقمر الصناعي المصري بغرض البث التليفزيوني المباشر على المدار الثابت حول الأرض – مثل العديد من الدول النامية التي طلبت الأمر ذاته-، وقد حددت المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية في المؤتمر العالمي للراديو " World Administration Radio Conference" (W.A.R.C.) المنعقد عام ١٩٧٧ الموقع المداري (٧) درجات غرباً للقمر الصناعي المصري، كما وافقت المنظمة على بيع مصر خمس قنوات تعمل على حيز الترددات "كي يو، KU"، هي القنوات القمرية: (٢٠/١٦/١٢/٨/٤)، وكذلك الحال بالنسبة للسودان التي حدد لها موقع مماثل، وأوغندا التي طالبت بإمكانية شمولها ضمن المشروع الذي اتفق على تسميته الأولى "قمر نهر النيل: ٥ نايل سات).

لقد كانت النية تتجه في البداية إلى الاستفادة من تخصيص المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية عبر إطلاق قمر مصري يؤمن تغطية كامل الأرض

(•) لم تنتظر مصر لبداية بثها الفضائي انطلاقة النايلسات، بل قامت قبل ذلك بسنوات باستئجار قنوات على القمر الدولي انتلسات، الذي يصل إلى شرق الولايات المتحدة الأمريكية، وعلى اليوتلسات الذي يغطي كامل القارة الأوروبية، وعلى القمر الأمريكي تليستار لإعادة البث من الانتلسات بشكل يغطي كامل أمريكا وكندا وشمال المكسيك، وعلى القمر الآسيوي آسياسات الذي يغطي قارة آسيا ودول الكومنولث واستراليا ونيوزيلندا، إضافة إلى القمر العربي عربسات الذي يغطي كامل أرجاء الوطن العربي وأجزاء من أوروبا وأفريقيا.

المصرية، مع إمكانية إفادة الجوار، وذلك من خلال قمر ينتمي إلى فصيلة الأقمار القومية "Domestic Satellite" (Dom-Sat)، قبل أن يمضي الوقت القانوني على الطلب المصري، إذ يلغى تحديد المنظمة الدولية للموقع المداري، في حال عدم الإفادة منه خلال وقت محدد لا يزيد على عشرين عاماً؛ لكن العديد من الظروف والمتغيرات الدولية، أبرزها خروج مصر من دائرة الصف العربي بعد توقيع اتفاقية "كامب ديفيد"، وتعليق عضويتها من العربسات بناء عليه أدى بفكرة القمر الصناعي المصري للتطور لتشمل نطاقاً أرحب من التغطية القومية، وتصل حتى المدى الإقليمي، وكامل الأرض العربية، " Regional Satellite" (Retel-Sat).

ويمكن تفصيل مجموعة العوامل المؤدية إلى ظهور القمر الصناعي المصري "نايلسات"، عبر ما يلي:

١) رغبة مصر في مواكبة التطورات في مجال استخدام الأقمار الصناعية في مجال البث التليفزيوني المباشر على وجه الخصوص.

٢) كانت مصر عضواً مؤسساً للقمر الصناعي العربي "العربسات"، وشريكاً أساسياً في إنجاحه، لكن قرار استبعاد مصر المؤقت من عضوية العربسات والجامعة العربية إثر اتفاقية "الكامب ديفيد" كان حافزاً للإدارة المصرية على بدء التخطيط منذ عام ١٩٧٧ وحتى عام ١٩٩٤ لكي تطلق قمرها الصناعي النايلسات، وأن تصبح أول دولة مالكة للأقمار الصناعية بدلاً من أن تظل مؤجرة، وتنضم بذلك لنادي الفضاء العالمي، ليصبح القمر الصناعي المصري بذلك ضرورة وليس مجرد مشروع اقتصادي.

٣) سبب أمني قومي خاصة بعد إطلاق إسرائيل لقمرها الصناعي "أفق واحد"، قبل عام من النايلسات (١٩٩٥)، والذي يغطي المنطقة من إيران شرقاً وحتى ليبيا غرباً، ومن أوكرانيا شمالاً وحتى السودان

جنوباً، ومن ثم "عاموس" في مايو ١٩٩٦ الذي جاء رداً على أقمار العربسات بجيلها الثاني، وهذا حتم ضرورة الإسراع في إطلاق القمر الصناعي المصري "النايلسات"، وخصوصاً مع زعم متحدث إسرائيلي في تصريح نشر بتاريخ ١٩٩٤/١١/٢٧ أنه تمت دعوة العرب للمساهمة في القمر الإسرائيلي.

٤) بدأ العالم العربي مع بداية التسعينيات يتعرض لغزو ثقافي وإعلامي شرس عبر الفضاء، وبالتالي أضحى من الصعب مع انتشار أطباق الاستقبال على أسطح المنازل تجاهل خطورة هذا الغزو، بما يحمله من دعوات مباشرة أو غير مباشرة لقولبة الفكر، وضياع الهوية، ويأتي النايلسات إلى جانب العربسات ليحمل لواء المواجهة كحل وحيد لمجابهة هذا الغزو الفضائي، والمحافظة على الأمن القومي العربي وانتماءاته.

٥) ضرورة وجود قمر صناعي مصري يخدم قضية التنمية في مجالات الاتصالات، والصحة، والكهرباء، والطاقة، والتعليم، بالإضافة إلى توزيع البرامج الإذاعية والتليفزيونية داخل وخارج مصر، كما أنه مشروع اقتصادي حضاري مربح، فالمناخ العام الذي ساد مصر أوائل الثمانينيات كان يتجه إلى التنمية الشاملة في شتى المجالات، وتحسين الأداء الحكومي المصاحب لنهضة التعمير، وتجديد شبكة البنية الأساسية للدولة، وامتلاك القدرات التقنية المؤهلة لذلك.

٦) يأتي القمر الصناعي المصري "النايلسات" تأكيداً لسياسة الانفتاح الاقتصادي الذي تسلكه الحكومة المصرية، إذ قام المشروع عبر توزيع أسهم مخصصة ما بين أكثر من جهة، وموزعة على القطاع الخاص، إضافة إلى حصة القطاع العام، فرأسمال الشركة المصرية للأقمار

الصناعية معوم بالبورصة بنسب محدودة بين الشركاء المساهمين في المشروع الذي يعد مشروعاً مشتركاً بين القطاعين الخاص والعام.

٧) أثبتت دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروع قبل وبعد التطبيق الفائدة المادية الكبيرة للمشروع، إذ حقق المشروع بعد انطلاقه مباشرة ورغم تكلفته الضخمة أرباحاً كبيرة، واستطاع أن يغطي كامل نفقاته.

٨) إن عمر الأقمار الثلاثة الأولى للعربسات والمنصوص على أنها سبع سنوات ستنتهي بحلول عام ١٩٩٢، بما يعنى أنه ضمن أحسن الأحوال ستتوقف القناة المصرية الأولى عن الأداء، ولا بد من توفير بديل، سواء عبر العربسات بأجياله اللاحقة أو عبر القمر المصري الجديد.

٩) إن حق مصر في احتلال الموقع الذي حددته لها المنظمة الدولية لاتصالات الفضاء على المدار الثابت في عام ١٩٧٧ كان سيسقط بمضي المدة إذا لم ينفذ خلال عشرين عاماً وفقاً للقواعد المتبعة في الاتحاد الدولي حتى عام ١٩٩٧.

١٠) إن إطلاق القمر الصناعي المصري جاء نتيجة طبيعية لتزايد الطلب على خدمات القمر الصناعي العربي بجيليه الأول والثاني الأمر الذي جعل هناك فائضاً كبيراً يمكن أن يستغله هذا القمر الوليد.

١١) إن العالم كله كان مقبلاً على استخدام أقمار البث المباشر، ومع زيادة كثافة البث، وتحديد المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية البعد المحدد بين الأقمار المتجاورة إلى ٣ درجات لتحديد عدد الأقمار رفعت المنظمة تكلفة استئجار القنوات من خلالها، وهذا أدى إلى زيادة الجدوى الاقتصادية للقمر على البقاء في دائرة المؤجرين.

وبناء على الأسباب السابقة فإن رفع عضوية مصر من العربسات في عام ١٩٨٠ أول خطوة عملية على طريق النايلسات من خلال تشكيل مجموعتي عمل تختص الأولى بإعداد التحليلات اللازمة للمشروع المقترح، واضعة في اعتبارها النواحي الخاصة بالتخطيط والتنسيق الدولي، وتبحث الثانية العوامل الفنية الخاصة بتقييم المشروع، وقد أنهت اللجنتان بمساعدة شركات أجنبية "كشركة سايل كوتيس الفرنسية والكومسات الأمريكية والجي سات الألمانية" دراسة كامل الجوانب الاقتصادية والفنية للمشروع في عام ١٩٨٤، مقترحة عدة شركات أجنبية مختلفة النظم للتنفيذ من بريطانيا، وفرنسا، وإيطاليا، وألمانيا الغربية، والولايات المتحدة الأمريكية، وذلك عبر الاعتماد على خاصية البث المباشر للأقمار الصناعية "DBS"، على أن يشمل التنفيذ قناتين إضافيتين للبث التليفزيوني وثماني قنوات إضافية للبث الإذاعي، مع إمكانية تقديم خدمات أخرى للاتصال مثل الخدمات الهاتفية والتلكس والفاكس، مع الاستبعاد الكامل لفكرة تأجير أية دوائر في قمر أجنبي كبديل للمشروع.

وقدر خبراء الشركات الفرنسية المقترحة لتنفيذ المشروع تكلفة النايلسات الذي يستغرق الإعداد له خمس سنوات تتم بدايته الأولى مطلع التسعينيات بما يعادل (٣٤٠) مليون دولار أمريكي، وعليه تقدمت وزارة الإعلام بطلب إدراج مبلغ يعادل (٣٥٠) مليون دولار أمريكي ضمن الخطة الخمسية للدولة التي تمتد ما بين (١٩٨٧-١٩٩٢)، ولعدم القدرة على تأمين المبلغ المطلوب وفق أولويات الدولة تقرر تأجيل المشروع للخطة الخمسية اللاحقة الممتدة ما بين (١٩٩٢-١٩٩٧)، وهو المشروع رقم (٣٣٣٠٠) ضمن هذه الخطة.

ولمسايرة التطور التقني متسارع الخطى الذي طرأ على تقنية البث الفضائي خلال فترات دراسة المشروع وتأجيله تم إدخال ثلاثة تعديلات على الطلب المصري الأول المقدم إلى الاتحاد الدولي للاتصالات الفضائية في

عام ١٩٧٧ سعياً إلى تحسين الأداء، أو تعديل منطقة التغطية لتشمل كامل الوطن العربي والدول المتاخمة لها (ما يقارب ثلث الكرة الأرضية)، أو زيادة عدد القنوات المخصصة لمصر من خمس قنوات إلى (١٢)، ومن ثم عشرين، فأربعين قناة، ولتحقيق الاختيار الأحسن والأنسب، وهذا مؤشر على محاولة المشرفين على النايلسات تحقيق أكبر استفادة من المنجزات العلمية المتلاحقة، والتطورات العلمية المتسارعة، وعلى هذا صدر قرار بعمل الإعلان الدولي المبكر عن الخصائص الفنية للقمر الصناعي المصري وفقاً للقواعد المتبعة في الاتحاد الدولي لاتصالات الفضاء.

وإثر هذا الإعلان ولعدم معارضة الدول المتأثرة بمدار البث من الدرجة ٧ شرقاً، وهي السودان وألبانيا ويوغسلافيا خرج النايلسات من حيز الدراسات التمهيدية والنظرية إلى حيز التفصيل والتطبيق، ليبدأ التأريخ الرسمي للقمر الصناعي المصري مع تكليف الشركة الكندية "Tele Sat" كاستشاري لوضع المواصفات الفنية للمشروع في ١٩٩٤/٩/٣٠، ولتطرح هذه المواصفات ، مع نتائج دراسات الجدوى الاقتصادية التي رأت أن تكلفة المشروع ستقف عند (٢٠٠) مليون دولار يمكن استرجاعها بعد (٤-٥) سنوات ، لمناقصة عالمية مع بداية عام ١٩٩٥.

وقد روعي أن تكون هذه المناقصة محدودة ما بين أربع شركات عالمية متخصصة ذات خبرة وافرة، اثنتان منها أوربية ومثلها أمريكية، حتى لا تتعدد البدائل غير المجدية، وبما يحقق الاستغلال التجاري، وتعميم البث التليفزيوني في شعاع واحد على المساحة الجغرافية لمصر والمناطق المتاخمة في حدودها، على أن يتم تشييده خلال ٢٤ شهراً من سريان العقد، وهذه الشركات هي:

- شركة "هيوز" الأمريكية الدولية للاتصالات الفضائية.
- شركة "إيروسباتيال" الفرنسية للفضاء والدفاع.
- شركة "مارتن ماريت" الأمريكية.

- شركة "ماترا ماركوني سبيس" الفرنسية (التي حظيت بالفوز بالمناقصة) (•).

وفي مايو ١٩٩٥ وبمناسبة الاحتفال بعيد الإعلاميين وقع الرئيس "حسني مبارك" رئيس جمهورية مصر العربية وثيقة تكليف اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري ببدء التحضير لتصنيع وإطلاق أول قمر صناعي مصري، يحمل اسم "النايلسات، Nilesat"، وذلك بعد أن قام وزير الإعلام المصري في ١٦ يناير من العام نفسه أمام لجنة الثقافة والسياحة والإعلام بمجلس الشعب المصري باستعراض استراتيجية المشروع الإعلامي المصري لمواجهة التحديات ودخول القرن الجديد بتقنية غنية تكنولوجياً مستفيدة من أحدث ما توصلت إليه ثورة المعلومات يمكنها أن تقدم قاعدة عريضة من البيانات. واستناداً إلى ذلك وقع الوزير صفوت الشريف في ١٥ أكتوبر من ذلك العام (١٩٩٥) عقداً لتصنيع وإطلاق القمر الصناعي المصري"نايلسات" مع شركة "ماترا ماركوني، Matra Marconi" (MMS) الفرنسية التي تعد من أكبر الشركات العالمية في تصنيع الأقمار الصناعية، وهي المصنعة للصاروخ الأوروبي "إيريان"، على أن ينتهي تصنيع وإطلاق القمر ووضعه في مداره الفضائي مع نهاية عام ١٩٩٧، ويحمل ١٢ قناة قمرية رئيسة تستطيع أن تبث إلى الأرض بموجبها ما بين ٤٨-٧٢ برنامجاً تليفزيونياً، ستنقل الإعلام المصري إلى عصر القنوات الفضائية العامة والمخصصة، كما أشار العقد إلى إطلاق قمر أساسي "النايلسات ١٠١"، وآخر بديل أو احتياطي، وثالث يطلق بعد ثلاث سنوات "النايلسات ١٠٢".

تبع ذلك على الفور في يوليو ١٩٩٦ إنشاء الشركة المصرية للأقمار الصناعية "The Egyptian Satellite" بناء على موافقة الهيئة العامة للاستثمار

(•) يقال إن شركة الكاتل تليكوم أسبيس الإنجليزية أسهمت في صناعة النايلسات إلى جانب مصانع ماترا ماركوني في مدينة تولوز الفرنسية، في حين كان تصميم القمر من اختصاص شركة هيوز الأمريكية.

في اجتماعها بتاريخ ١٩٩٦/١/٢٢ لتكون المسئولة عن تشغيل القمر الصناعي المصري "نايلسات" بجميع أجياله المتعاقبة، ومحطات التحكم الأرضية المرتبطة به، واستثمار هذا المشروع الحضاري على أكمل وجه.

ويمكن تفصيل حصص المؤسسات المشاركة بأسهم النايلسات وفق الجدول التالي:

أسهم المؤسسات المشاركة في القمر الصناعي المصري النايلسات

	اسم المؤسسة المساهمة	نسبة المساهمة
١	ـ اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري. Egyptian Radio & Television Union (Ertu)	40%
٢	ـ الهيئة المصرية للمشروعات الاستثمارية. The Egyptian Company for Investment Projects	9%
٣	ـ الهيئة العربية للتصنيع. Arabian Organization of the Industrialization	10%
٤	ـ البنك الأهلي المصري The National Bank of Egypt	7.5%
٥	ـ بنك القاهرة Cairo Bank	7.5%
٦	ـ بعض المساهمين من أفراد الشعب Public Share Holders (•)	14.2%
٧	ـ بنك الاستثمار الوطني National Investment Bank	7.6%
٨	ـ بعض المساهمين الآخرين Another Investors	4.2%

(•) ذكر وزير الإعلام المصري في حوار له بالتليفزيون المصري أن حصيلة المبالغ التي أسهم بها المواطنون المصريون في النايلسات ١٠١ وصلت إلى ٣٨ مليون دولار أمريكي، تم إعادة ١٨ مليون دولار منها للحفاظ على الحصة المحددة لمساهمة الجمهور، والمقدرة بحوالي ٢٠٪ من نسبة الأسهم الكلية.

وبناء على الحصص الماضية يتكون **مجلس إدارة الشركة المصرية للاتصالات الفضائية** من (١١) عضواً موزعين على النحو التالي:

- (٥) أعضاء يمثلون اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري.
- عضو واحد عن الهيئة المصرية للمشروعات الاستثمارية.
- عضو واحد عن الهيئة العربية للتصنيع.
- عضو واحد عن البنك الأهلي المصري.
- عضو واحد عن بنك القاهرة.
- (٢) من الأعضاء يمثلون المساهمين من أفراد الشعب.

- **ميزات النايلسات وما يحققه من فوائد للإعلام المصري:**

يمتاز النايلسات بمواصفات خاصة يمكن أن تحقق الفوائد التالية للإعلام المصري خاصة:

- بعد إطلاق النايلسات أصبح الإعلام المصري مالكاً لمقدراته ومديراً لوسائل إرساله، ومتحكماً بها، عبر تأمين الإرسال الإذاعي والتليفزيوني المصري، على اعتبار هذا جزءًا من السيادة الوطنية، وهدفًا رئيسيًا في إطار الأمن القومي.
- يحقق النايلسات الأمن والسيادة للإعلام المصري على الصعيدين الداخلي والخارجي، مما يؤكد موقع الإعلام المصري في عصر الفضاء، كإعلام قوي متواجد له دوره في عجلة الحياة، وأحداثها المتصاعدة، متسلحاً بأحدث الأجهزة التقنية، ومواكباً لكل ما هو مستحدث ومتطور ومفيد، مبدعاً وطموحاً، يوفر فرص العمل للكوادر الإعلامية الجديدة الواعية، مما يسهم في صناعة إعلامية متميزة، ومسايرة لروح العصر، ويقوم على طرح الرأي والالتزام بالصالح

العام المصري من خلال قنواته، والرأي الآخر والالتزام بالصالح العربي ككل من خلال القنوات المؤجرة.

- يساعد النايلسات في وصول الإرسال الإذاعي والتليفزيوني إلى كل مواطن مصري، سواء على أرض مصر أو خارجها، سواء أكان ذلك في المناطق الجديدة في جنوب الوادي وشرق العوينات والامتداد العمراني في الصحراء الغربية ودرب الأربعين، والمدن الجديدة في الساحل الشمالي والسلوم ومرسى مطروح والواحات، وحلايب وشلاتين، والتجمعات على سواحل البحر الأحمر وبعض محافظات الصعيد، أم في المناطق المأهولة منذ القدم في المحافظات الكبرى القبلية والبحرية، وهو نوع من تعميق شعور المواطن بالانتماء إلى بلده وثقافته وتاريخه وعاداته وتقاليده وقضاياه الأساسية، وتجسيد سيادته، ومواكبة لطموحاته وآماله.
- يسهم النايلسات كذلك في إنجاح المشروع القومي لسيناء والمناطق التي ينقب فيها عن البترول والتي تبلغ مساحتها حوالي ٧٥٪ من مساحة مصر، من خلال تأمين البث التليفزيوني والخدمات الهاتفية والاتصالات المتنوعة، الأمر الذي قد يشجع على تغيير الخريطة السكانية بظهور مناطق زراعية وعمرانية جديدة من الصعب تعاملها مع الشبكات والمحطات الأرضية والكابلية، حيث تبلغ تكاليف مد خطوط الميكروويف الأرضية على كامل أرض مصر (٤٥٠) مليون جنيه، وعلى هذا فالنايلسات ضرورة من أجل التنمية الحضارية الشاملة في مصر.
- يوفر النايلسات برفقة العربسات مشروعاً فضائياً بديلاً للغزو الفضائي المحيط، ينطلق من خلال تقنية متقدمة لتوزيع قنوات تليفزيونية

وإذاعية عامة ومتخصصة، تغني عن البث الوافد، وفي الوقت ذاته تحقق انفتاحاً على ثقافة وحضارة العالم، ومعرفته الإنسانية.

- مكن النايلسات القنوات المحلية الإقليمية التليفزيونية في المحافظات المصرية من العمل ساعات أكثر، وتقديم خدمات أكبر.
- الاستغناء عن استئجار قنوات فضائية في الأقمار الأخرى لتغطية المناسبات العالمية والدولية، ولخدمة انتشار القنوات الفضائية المصرية.
- نشر الرؤية السياسية المصرية، ومحاولة توحيد الشمل العربي اعتماداً على أواصر الأخوة وصلة الدم، ووحدة العقيدة، والمشاعر، واللغة، والإسهام بطريقة حضارية جديدة في رسم الحلول لقضايا العالم العربي الخاصة بالتنمية، إذ لم تعد الأقمار الصناعية وسيلة لنقل البرامج الترفيهية والدعائية والإعلانية فقط، بل وسيلة أيضاً لعلاج مشكلات المجتمع.
- نشر الثقافة والفن المصري فوق رقعة العالم العربي، وتوفير فرص انتشار وقبول واسعة للفن والثقافة المصرية، مما يحقق تواصلاً واستمراراً لريادة مصر الإعلامية على الصعيدين العربي والدولي.
- يفتح النايلسات المجال للتكامل مع مدينة الإنتاج الإعلامي المصرية من خلال توفير قنوات التوزيع لإنتاجها بشكل متوازن ومدروس، وخاصة وأنها تلقى رواجاً كبيراً في الوسطين المحلي والعربي.
- يسهم النايلسات في مواكبة ما يدعى بروح الإعلام العصري، والمتمثل فى الإعلام والقنوات المتخصصة إحدى ثمار تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي وفرت نظاماً مختلفاً كلياً عن النظام السابق، تمثل في توفير الاتصال في اتجاهين، وبالتالي يسهم النايلسات في إحداث طفرة في هذا النوع من الإعلام المصري، عبر تقديم خدمة أكثر تخصصاً من ناحية

المضمون، توفيراً للجهد والوقت ومراعاة لاهتمامات ورغبات الجمهور كل حسب توجهه واهتمامه، حيث تحرص القنوات المتخصصة بما يتناسب وروح العصر على أوقات المشاهدين، فهي تقدم لهم المضمون الذي يريدونه في أقل وقت بدلاً من انتظاره وسط مضامين أخرى عديدة ومتنوعة، كما أنها تخلق قدرة على الاختيار والحرية الفردية في مشاهدة المادة التي يرغب فيها الفرد، وفي الوقت الذي يحدده.

- يحقق النايلسات من الناحية الاقتصادية عوائد مثمرة، من خلال تأجير بعض القنوات القمرية الاثنتى عشرة، مما يوفر عائداً اقتصادياً مجزياً، يخصص دخله لتطوير الخدمات الإعلامية، ولإنتاج ما هو أفضل وأصلح، حيث كانت الشركة المصرية للاتصالات الفضائية قد نجحت قبل إطلاق إشارة البدء في تأجير ٧٥٪ من قنوات النايلسات للعالم الخارجي من دول وشركات مصرية وعربية وأجنبية، وهو ما حقق دخلاً كبيراً لمصر.

- إن إطلاق النايلسات ينشط الصناعات الإلكترونية التي تمثل إحدى أهم الصناعات الحديثة، وذلك بهدف توفير ملايين من أجهزة الاستقبال الجديدة التي تتعامل مع القمر، وملايين من أجهزة فك التشفير في المنازل، إضافة إلى توفير فرص لعمل الكوادر المتخصصة المهاجرة في هذا المجال داخل مصر، وجذبها للاستفادة من خبراتها.

- تحقيق التكامل بين منظومة الإعلام المصري والعربي من جهة، وبين منظومة الإعلام العربي ومن ضمنه المصري والدولي من جهة أخرى، إذ حددت خطة وزارة الإعلام المصرية عدداً من السياسات الإعلامية المرتبطة بهذا الهدف الاستراتيجي على النحو التالي:

- توسيع مدى انتشار الرسالة الإعلامية من خلال الاستفادة من إطلاق النايلسات لزيادة كم الإعلام المصري الموجه إلى الخارج.
- استخدام أحدث تكنولوجيا العصر بالنسبة للأقمار الصناعية عن طريق النظام الرقمي ونظام التشفير.
- العمل على زيادة سعة انتشار القناة الفضائية المصرية في أرجاء المعمورة.
- استقرار بث قناة النيل الدولية على النايلسات بصورة نهائية بدلاً من العربسات.
- بث جميع الإذاعات على النايلسات بما يحقق لها سعة الانتشار.
- الاهتمام بالقنوات المصرية التي أنشئت لخدمة أهداف التنمية في شتى المجالات.
- تغيير هيكل الإعلام المصري عن طريق القنوات القمرية المتخصصة لمواجهة القرن الحادي والعشرين، وتحدياته الفكرية والثقافية، وتقديم الخدمة التي تتواءم مع التوزيع الجديد لخريطة السكان في مصر، عن طريق النايلسات، بما يحقق التبادل مع القنوات المحلية، وتغطية المجتمعات الجديدة في توشكى وسيناء.
- تأمين الإرسال التليفزيوني والإذاعي في مصر باعتبار النايلسات احتياطياً استراتيجياً لتحقيق هذا الهدف في إطار الأمن القومي.
- إعداد جيل متخصص وكوادر تسهم في توطين التكنولوجيا الجديدة على أرض مصر مع دخول القرن الحادي والعشرين.
- تحقيق التنسيق والتكامل والتعاون بين منظومة الإعلام المصري والعربي والدولي.

- **أقمار النايلسات (١٠١، ١٠٢):**

أطلق القمر الصناعي المصري النايلسات (١٠١) من قاعدة "كورو" الفرنسية بجزيرة "جوايانا" الواقعة شمال شرق أمريكا الجنوبية، بواسطة شركة "إيريان" العالمية، وعلى متن صاروخها إيريان سبيس في تمام الساعة السابعة والنصف بالتوقيت المحلي، الساعة الواحدة بعد منتصف ليل الثلاثاء بتوقيت القاهرة في ٢٨ إبريل من عام ١٩٩٨ ليكون بذلك أول قمر صناعي تملكه دولة عربية، وقد استغرقت رحلة الإطلاق خارج الغلاف الجوي ٢٩ دقيقة و ٣١ ثانية، لينفصل عن القمر على بعد ٢٠٠ كيلو متر من على سطح الأرض باتجاه مساره المحدد، علماً بأن هذا الإطلاق جاء بعد تأجيل الموعد الأول الذي كان مقرراً في ٢٢ أو ٢٣ يناير من العام نفسه ١٩٩٨.

وقد وضع هذا القمر على الموقع المداري (٧) درجة غرباً، وعلى بعد (٣٦,٠٠٠) كيلو متر على سطح الأرض.

أما بالنسبة لحفل الإطلاق فقد استغرق ساعة كاملة، تضمنت عرضاً لفيلم وثائقي تسجيلي عن مصر للتعريف بمعالمها الثقافية والحضارية والسياحية وإنجازاتها التنموية مدته ٢,٥ دقيقة، إضافة لعرض فيلم من إعداد الشركة المصنعة " ماترا ماركوني" الفرنسية يتضمن مراحل تصنيع وتجميع القمر الممتدة على مدار عامين.

وقد شملت المنطقة الجغرافية للقمر على المدار الجغرافي الثابت المنطقتين التاليتين:

- **منطقة بؤرة التغطية:** (مناطق التأثير العالي، Foot Print)، وتشمل كلاً من بغداد ومنطقة الخليج العربي بكامل رقعة المملكة العربية السعودية والأرض السورية شرقاً حتى المناطق المأهولة في ليبيا وتونس غرباً، ومن ساحل البحر المتوسط شمالاً حتى أسوان ومكة المكرمة جنوباً، بقدرة

إشعاعية تبلغ (٥٠,٣) ديسيبل في هذه المنطقة التي يمكن استقبال بثها بأطباق قطرها ٤٥ سم فقط.

- **منطقة هامش التغطية:** التي تصبح فيها قدرتها الإشعاعية (٤٧,٣) ديسيبل، وتردد حزمه تتراوح ما بين ١١,٧ إلى ١٢,١ كيغا هرتز، وهي تشمل كلاً من الخليج العربي شرقاً حتى المحيط الأطلسي غرباً، وتغطي شمال أفريقيا حتى حدود الصحراء الكبرى والساحل الشمالي الأوروبي للبحر الأبيض المتوسط شمالاً، والسودان ومضيق باب المندب وعدن جنوباً، ويمكن استقبال البث فيها بأطباق قطرها ٦٠ سم فقط.

ولقد أخذ القمر الصناعي المصري – نايلسات- بأحدث ما توصلت إليه تكنولوجيا البث الفضائي المباشر، حيث يعتمد على النظام الرقمي المرئي المضغوط "Digital Video Compression"، وتكنولوجيا الضغط الرقمي بالكابل وفق المواصفات القياسية العالمية التي يمكن من خلاله بث ثماني قنوات تليفزيونية على نفس الحيز الترددي الذي تبث عليه قناة واحدة في النظام التماثلي "Analog"، مما يعني أن تكلفة استئجار سعة فضائية لإرسال قناة واحدة سوف تقل بنسبة ١/٨، مما يسمح بزيادة عدد القنوات التي يمكن إرسالها، إلى جانب تميز النظام الرقمي بتوفير صورة تليفزيونية أكثر وضوحاً، وصوتٍ أكثر نقاءً، ويمكن استقبال إشارته بطبق صغير لا يتجاوز قطره من ٥٠ -٧٥ سم.

ويستطيع القمر الصناعي المصري بذلك أن يحمل حوالي (٨٤) قناة تليفزيونية من خلال تملكه (١٢) قناة قمرية "Transponder" تبث على الحزمة كيو باند، وأكثر من (٢٤٠٠) قناة إذاعية، ويصل أعمار بث هذه القنوات إلى ١٢ عاماً.

ويتم التحكم في القمر الصناعي المصري من خلال عدة وحدات: الأولى منها الرئيسية، وتقع في مدينة السادس من أكتوبر شرقي القاهرة، والثانية

احتياطية تقع في مدينة الحمام بالساحل الشمالي التابع لمحافظة الإسكندرية، إضافة لمحطة ثالثة تابعة في مدينة "بيرت" باستراليا.

وبالتالي تتكون مكونات القطاع الأرضي المرتبطة بالقمر والخاصة بهذا التحكم مما يلي:

- محطة الإرسال الأرضية (الوصلة الصاعدة) التي تقوم بإرسال البرامج إلى القمر ليقوم ببثها في منطقة التغطية، ويحتوي القمر المصري على (١٢) وصلة تبث على هوائي قطره (٦,١) م، إضافة إلى معدات توليد وتكبير التردد العالي لهذه الوصلات.
- محطة الضغط الرقمي والمعالجة والتشفير والتوزيع للقنوات التي يتم استقبالها من مصادرها أو إعدادها محلياً.
- محطة توليد القوى، ومراكز الرقابة والتحكم، التي تتم فيها مراقبة دخول وخروج البرامج المذاعة، إضافة للتحكم في معدات الضغط الرقمي والوصلات الصاعدة، والقياسات الهندسية الخاصة بالتأكد من جودة الإرسال ومطابقته للمعايير الدولية المحددة.
- إدارة لحسابات المشتركين.

ومع نجاح إطلاق القمر الصناعي المصري الأول "النايلسات ١٠١" ، **أطلقت مصر قمرها الفضائي الثاني من هذا الجيل من النايلسات "النايلسات ١٠٢"** في تمام الساعة الثانية و١٣ دقيقة بعد منتصف الليل من يوم الخميس الموافق ٢٠٠٠/٨/١٧، على متن الصاروخ "إيريان ٤" من قاعدة "كورو" الفضائية بأمريكا الجنوبية ليصبح لمصر قمران فضائيان يحملان المواصفات نفسها، وبفارق زمني للإطلاق يبلغ عامين اثنين تقريباً.

وقد وضع هذا القمر على الموقع المداري نفسه للقمر المصري الأول (٧) درجة غرباً، وعلى بعد (٣٦,٠٠٠) كيلو متر على سطح الأرض، وبعمر

افتراضـي قوامه أيضاً (١٦) سنة، علماً أن شركة "استرم، Astrium" هي التي تولت تصنيع وإطلاق هذا القمر، وعلى الرغم من أن النايلسات ١٠٢ حمل المواصفات ذاتها للنايلسات ١٠١ مع نفس الخدمات المتعلقة بالخدمة الإذاعية والتليفزيونية والانترنت والوسائط المتعددة؛ إلا أنه تميز عنه بسرعة أداء هذه الخدمات من جهة، ووجود هوائي إضافي لاستقبال البث الوافد من لندن خصوصاً، وأوروبا عموماً من جهة أخرى، كما وفر عددًا أكبر من القنوات الباثة، كما قلت تكلفته من (١٦٠ مليون دولار للنايلسات ١٠١ إلى ١٤٠ مليون دولار للنايلسات ١٠٢، إذ تضمن عقد تصنيع القمر الأول بنداً يشترط قيام الشركة المصنعة بتصنيع ١٠٪ من مكونات القمر الثاني على سبيل الاحتياط، وتستخدم في حالة عدم نجاح إطلاق القمر الأول. ومع نجاح باكورة أقمار النايلسات أصبحت نسبة ١٠٪ جاهزة التصنيع من نصيب القمر الثاني، الأمر الذي أدى إلى خفض تكلفة الإنتاج عن القمر الأول.

ومن ميزات النايلسات ١٠٢ كذلك أن خدمات المعلومات على القمر تتوفر مباشرة دون الحاجة لقمر وسيط، وقد وافقت شركة "تليكوم" البريطانية في ضوء ذلك، وبناء على طلب العملاء الذين يبثون قنواتهم من أوروبا على إقامة محطة أرضية للنايلسات في "لندن" للبث مباشرة عبر القمر، كما أقيمت محطة أرضية مماثلة في "بيروت" لتسهيل بث القنوات التليفزيونية اللبنانية الجديدة مباشرة من خلال أثيره.

لقد أتاح القمر الصناعي المصري الثاني من الجيل الأول للشركة المصرية للاتصالات الفضائية "النايلسات ١٠٢" استغلال نجاح قمرها الأول "النايلسات ١٠١" وزيادة الطلب على تأجير قنواته ليدخل في مجال الاستفادة الفعلية مباشرة، خاصة وأن مساحة تغطيته تزيد على القمر الأول، فبالإضافة إلى تغطيته لمناطق مصر والجزيرة العربية وشمال أفريقيا حتى حدود الصحراء الكبرى والساحل الشمالي الأوروبي للبحر الأبيض المتوسط أصبح يغطي أيضاً كامل أجزاء قارة أوروبا.

• مـدى الاسـتفادة مـن خـدمات القمـر الـصناعي النايلـسات بجـيله الأول "النايلسات ١٠١، والنايلسات ١٠٢):

- يعمل القمر الصناعي المصري "النايلسات" جنباً إلى جنب مع القمر الـصناعي العربـي "العربـسات" فـي بـث القـنوات الفـضائية والأجنبـية لتكون متاحة أمام مختلف المشاهدين المستفيدين من خدماتهما.
- انقسمت خـدمات النايلـسات إلـى نوعـين: أولهمـا مـا يخـتص بالإرسـال الإذاعـي والتليفزيونـي، عبـر توفيـر مجمـوعة مـن القـنوات المـصرية والعـربية والدولـية، المتخـصص مـنها والعـام، والمفـتوح والمـشفر، والتـسويقية، والمـشاهدة حـسب الطلـب، وثانـيهما خـدمات المعلـومات، كالـنقل التليفزيونـي للمـواد الـصحفية بالجـرائد والمجـلات مـن مراكـز التحرير إلـى المطابع مباشرة فـي منطقة التغطية، مع توفير معلومات أسـواق المـال والبـنوك ورجـال الأعمـال، والأحـوال الجـوية، وخـدمات الانترنـت، ونقل الملفات وقواعد البيانات من نقطة إلى أخرى، أو عدة نقاط، إضافة إلى توزيع برمجيات الكمبيوتر لمستخدميها مباشرة.
- أتـاح القمر الصناعي المصري الثاني "النايلسات ١٠٢ امتيازات إضافية عن النايلسات ١٠١، إذ استطاع هذا القمر بالإضـافة إلى خدمات البث الفـضائي التليفزيونـي والإذاعـي المباشـر أن يـبث الخـدمات لـشبكة الانترنـت، وأسـواق المـال والبنوك، ويمتلك قدرة بـث قنوات المشاهدة حـسب الطلـب، والتـبادل الإخـباري الـسريع عبـر نقـل رسـائل الحـزم الإخـبارية ورسـائل المراسـلين، إضــافة إلـى خـدمات التعلـيم المفـتوح والتعليم عن بعد.
- تمت الاستفادة بشكل جيد من معظم القنوات القمرية في النايلسات ١٠١ و١٠٢، حـيث خـصـصت القـناة القمـرية (الأولـى) للقـنوات التعليمـية المـصرية بمخـتلف مـستوياتها، فيما خصـصت القناة القمـرية (الثانـية)

لقناتي وزارة الصحة، إضافة لبعض القنوات العربية كالعراق وفلسطين وعجمان وعمان والبحرين والكويت والمستقلة وموريكو وتميمة للإعلان والأندلس، في حين كانت القناة القمرية (الثالثة والرابعة) مخصصة لشبكة الشوتايم "Show Time" التي تبث عليها أكثر من ١١ قناة متنوعة، والقناة القمرية (الخامسة والسادسة) مخصصة للقنوات المصرية المحلية والمتخصصة، إضافة إلى بعض القنوات الأجنبية مثل "BBC, TV5"، بينما كانت بالمقابل القناة القمرية (السابعة والثامنة مخصصة لقنوات راديو وتليفزيون العرب "ART"، وباقة الأوائل، مع بعض القنوات العربية الأخرى كقنوات دبي الفضائية والرياضية والاقتصادية واقرأ والمستقبل اللبنانية، وقناة "السوبر سبورت"، وقناة نادي "مانشستر يونايتد"، والقناة الهندية، وقناة "TF1" الفرنسية، والجزيرة الإخباريه.

- أتاح النايلسات فرصة أكبر من السابق للقنوات الفضائية العربية أن تبث إرسال قنواتها على أكثر من قمر فضائي، فأصبح كثير من القنوات الفضائية العربية تبث في الوقت نفسه على العربسات والنايلسات إضافة "للهوت بيرد"، وبعض أقمار أمريكا الشمالية، وبذلك أصبح بالإمكان أن توازي هذه القنوات ولو تقنياً فقط القنوات الأجنبية التي تبث للجمهور العربي على العربسات والنايلسات.
- انتقلت خدمات الإعلام التنموي والمتخصص بفضل القمر الصناعي المصري لفضاءات أوسع، إذ انتشرت القنوات التعليمية المتخصصة لمعظم المجالات، وقنوات محو الأمية، إضافة لقنوات التوعية الصحية وتنظيم الأسرة والسكان وغيرها من القنوات التنموية التي تقدم خدماتها للمجتمعات العمرانية الجديدة في توشكى وسيناء.

- عمق القمر الصناعي المصري ظاهرة بث القنوات الأرضية على الأثير الفضائي، إذ أصبحت جميع القنوات المصرية الثمانية – باستثناء الثانية- تبث فضائياً، كما هو الحال بالنسبة للقناة السعودية الثانية.
- أتاح القمر الصناعي المصري أيضاً في ظل قلة تكلفة القنوات الفضائية واتساع جمهورها تشجيع المؤسسات الخاصة لإطلاق فضائياتها، فدخلت شركات الإنتاج الفني على الخط لتمتلك محطاتها، كما دخلت الشركات الإعلانية لتسويق منتجاتها كذلك.
- إن الناظر لخريطة الفضاء الدولية بعد العربسات والنايلسات يلمس تواجداً وحضوراً واضحاً للقنوات الفضائية العربية كما سبق أن أسلفنا، لكن لا زالت نوعية ما تقدمه هذه القنوات ومدى قدرتها على المنافسة وتلبية حاجات ومتطلبات المشاهد العربي أمراً أظنه لم يتحقق بالقدر الذي يتلاءم مع هذا الحضور الكمي.

واقع الفضائيات العربية بعد العربسات والنايلسات:

تشير البيانات إلى الواقع الكمي للقنوات الفضائية العربية بعد القمر الصناعي العربي "العربسات" بأجياله الثلاثة وأقماره الصناعية الستة، وبعد القمر الصناعي المصري "النايلسات" بجيله الأول وبقمريه الصناعيين، وذلك من ناحية كم القنوات على كل قمر (العربسات والنايلسات) وملكية القناة (خاصة تجارية أو حكومية رسمية)، ومدى إمكانية التقاط بث القناة (مجانية أو مشفرة)، ومضمون القناة (عامة أو متخصصة)، ولغة القناة (عربية أو أجنبية)، وتبعية القناة الإدارية (لجهة عربية أو أجنبية)، وذلك بالاعتماد على رصدنا الشخصي لخريطة الإعلام الفضائي العربي الذي تشهده أقمار العربسات والنايلسات من جهة، ومتابعتنا لآخر الإحصائيات المنشورة المتاحة حتى سبتمبر عام ٢٠٠٦.

وبناءً على ما تم جمعه من احصائيات وبيانات فإن أقمار العربسات والنايلسات تبث أكثر من (٢٢٣) قناة فضائية عربية، من بينها (٥٩) قناة حكومية،(١٦٤) قناة خاصة.

ويوضح الجدول التالى إجمالى عدد القنوات الفضائية العربية الحكومية.

القنوات الفضائية العربية الحكومية

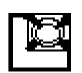
الدولة	القنوات الحكومية العامة	القنوات الحكومية المتخصصة	إجمالى عدد القنوات
- مصر	٣	١٤	١٧
- الإمارات	٥	٤	٩
- الكويت	٢	٣	٥
- السعودية	٢	٢	٤
- ليبيا	٢	٢	٤
- البحرين	٢	١	٣
- المغرب	٢	١	٣
- قطر	١	-	١
- عمان	١	-	١
- سوريا	١	-	١
- لبنان	١	-	١
- الأردن	١	-	١
- فلسطين	١	-	١
- اليمن	١	-	١
- السودان	١	-	١
- تونس	١	-	١
- الجزائر	١	-	١
- العراق	١	-	١
- موريتانيا	١	-	١
- جيبوتي	١	-	١
- أريتريا	١	-	١
- الإجمالي	٢٧	٢٣	٥٠

ويثور التساؤل ؛ هل كانت الدول العربية بحاجة إلى هذا الكم الكبير من القنوات الفضائية الحكومية التى تتكلف الحكومات دفع ميزانياتها؟

والمتابع لخريطة القنوات الفضائية العربية يجد من بينها (٦١) قناة عامة، مقابل (١٦٢) قناة متخصصة.

وهكذا فقد انخرط العالم العربى فى منظومة الإعلام الدولى عبر الأقمار الصناعية التى انتفت فيها الحدود، وذابت الفوارق واختصرت المسافات، وبات المشاهد العربى يستقبل العديد من القنوات الفضائية العالمية التى تحمل شتى أنواع المواد والبرامج التى تقدمها الأقمار الصناعية الأجنبية، أو أقمار صناعية عربية، فقد انتشرت بعد القناة الفضائية المصرية (١٩٩٠) حمى القنوات الفضائية فى مختلف أنحاء العالم العربى، وراحت كل دولة تسعى إلى إطلاق قناة فضائية تتحدث باسمها وتعبر عن سياستها.

ولم تعد مبادرة إطلاق القنوات الفضائية العربية حكراً على الجهود الحكومية فحسب، إذ سرعان ما اقتحم رأس المال العربى الخاص هذا المجال، وسارع بإطلاق العديد من القنوات الفضائية العربية الخاصة، التى أصبحت تمثل تحدياً كبيراً للقنوات الحكومية الرسمية، سواء الأرضية منها أو الفضائية. وأصبحت المنافسة عربية عربية بشكل ربما أكثر شراسة من كونها منافسة عربية من القنوات الأجنبية التى تستهدف شعوبنا العربية للنيل من ثقافتها وقيمها وموروثاتها.



ملخص الوحدة الأولى

- كانت بداية أقمار الاتصال الصناعية عندما اطلق الأمريكيون قمرهم الصناعى Telestar عام ١٩٦٢، إلا أن استخدام الأقمار الصناعية للبث التليفزيونى المباشر DBS فى مطلع الثمانينيات يعد الطفرة التكنولوجية الأكثر تأثيراً فى هذا المجال الذى شهد العديد من التطورات فيما بعد.
- لقد تضافرت العديد من العوامل التى أدت إلى ظهور الاهتمام العربى بالبث الفضائى التليفزيونى، ولقد مرت تلك العملية بالعديد من المراحل التاريخية.
- لقد كانت نشأة المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "عربسات" عام ١٩٧٦ كى تكون موجهًا لأقمار الاتصال فى العالم العربى، وتم تحديد طبيعة ملكيتها والأعضاء المشاركين فيها وهيكلها الإدارى ومبادئها.
- واجه مشروع القمر الصناعى العربى العديد من الصعوبات فى بداياته، إلا أنه يؤدى العديد من الخدمات وهناك جوانب استفادة متنوعة من أجياله المختلفة.
- هناك العديد من العوامل التى أدت إلى ظهور القمر الصناعى المصرى "نايلسات" والذى حقق فوائد متنوعة للإعلام المصرى بما له من ميزات تتضح بصورة جلية من جوانب الاستفادة من خدمات جيله الأول "النايلسات ١٠١، ١٠٢".
- يمكن التعرف على التأثيرات الكبيرة "للعربسات والنايلسات" من خلال رصد واقع الفضائيات العربية بعدهما من حيث الشكل والمحتوى.

[?] أسئلة على الوحدة الأولى

س١: اذكر أهم الصعوبات التى واجهت انطلاق مشروع "العربسات" والأهداف المرجوة منه.

س٢: قارن بين الأجيال الثلاثة لأقمار "العربسات" موضحاً مدى الاستفادة من كل منها.

س٣: اذكر المراحل التاريخية التى مر بها استخدام البث الفضائى فى المنطقة العربية، مع شرح سمات كل مرحلة.

س٤: لقد أدت العديد من العوامل إلى ظهور القمر الصناعى المصرى "نايلسات"، اذكر تلك العوامل، موضحاً ميزاته وفوائده للإعلام المصرى .

س٥: ضع علامة (√) أمام العبارة الصحيحة وعلامة (×) أمام العبارة الخطأ لكل مما يأتى:

١- يعد القمر الصناعى الأمريكى Telestar الذى أطلق عام ١٩٦٥ أول قمر تخطى مرحلة التجريب. ( )

٢- تشمل منطقة بؤرة التغطية للقمر الصناعى المصرى "النايلسات" كلاً من الخليج العربى – حتى المحيط الأطلسى غرباً، وتغطى شمال أفريقيا حتى حدود الصحراء الكبرى والساحل الشمالى الأوروبى للبحر الأبيض المتوسط شمالاً والسودان ومضيق باب المندب وعدن جنوباً. ( )

٣- تم أطلق الجيل الثانى لأقمار العربسات فى ٩ يوليو ١٩٩٦، على الموقع المدارى (٢٦) درجة شرقاً. ( )

٤- توجد المحطة الأساسية للتحكم والسيطرة للقمر الصناعى المصرى فى تونس. ( )

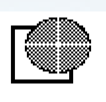
س٦: أكمل ما يأتى:

١- يعد من أهم الخدمات الفعلية لأقمار العربسات ....،.................

٢- تتعدد المبادئ التى تقوم عليها الشبكة الفضائية العربية ومنها:..........، ....، ....

٣- تتكون مكونات القطاع الأرضى للنايلسات والخاص بعملية التحكم من ....، ....، ....، ....

٤- يطلق على الأقمار الصناعية التى تمتلك القدرة على توزيع الإشارات المرسلة إليها من محطة أرضية تدعى بالوصلة الصاعدة، بشكل مباشر لجميع أجهزة الاستقبال المنزلية المنتشرة فى جميع الأرجاء التى يغطيها من الكرة الأرضية ....



الوحدة الثانية

واقع الفضائيات العربية ومستقبلها
نظرة تقويمية

الأهداف السلوكية:

بعد دراسة هذه الوحدة ؛ يجب أن يكون الدارس قادرًا على أن :

١. يتفهم واقع الفضائيات العربية.

٢. يتعرف الجوانب الإيجابية والسلبية للقنوات الفضائية العربية.

٣. يتعرف الأسس التى قام عليها إطلاق القنوات الفضائية العربية.

العنـاصـر:

- ملكية القنوات الفضائية.
- مضامين القنوات الفضائية العربية.
- الجمهور المستهدف للقنوات الفضائية العربية.
- أنماط بث القنوات الفضائية العربية.
- سلبيات القنوات الفضائية العربية.

المفاهيم الرئيسية:

- تعريف القنوات الفضائية العربية.
- العوامل التى أسهمت فى إطلاق القنوات الفضائية العربية.
- أنماط القنوات الفضائية العربية.
- ملكية القنوات الفضائية العربية.
- تقييم أداء القنوات الفضائية العربية.

الوحدة الثانية

واقع الفضائيات العربية ومستقبلها
نظرة تقويمية

في ظل هذا التواجد الكمي الضخم - وربما النوعي في بعض الأحيان- للقنوات الفضائية العربية الحكومية منها والخاصة، على ساحة الفضاء العربي الرحب لم يعد بمقدور الدول العربية أن تشكو من عدم التوازن في امتلاك تكنولوجيا الاتصال، بل إن حجم القنوات الفضائية العربية السابحة في الفضاء قد لا يتناسب مع إمكانيات الدول المالكة لها، ولا يتلاءم وحجمها على المسرح العالمي.

لقد جاء إنشاء القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة استجابة لجملة من التطورات السياسية والتكنولوجية والاقتصادية التي مر بها عالمنا المعاصر في السنوات العشر الأخيرة، وكعادة الأنشطة العربية – دوماً- في أن تكون رد فعل وليست فعلاً، فقد سارعت الدول العربية إلى إطلاق قنواتها الفضائية بعد أن شعرت بتهديد حقيقي من جانب القنوات الفضائية الأجنبية العابرة للقارات، حين أضحت المنطقة هدفاً رئيسياً لتلك القنوات، فعقدت المؤتمرات والندوات التي بدأت تشجب الآثار السلبية لعصر تكنولوجيا الاتصال، وتنعي حظ الشعوب والدول العربية، وتتخذ التوصيات والبيانات شديدة اللهجة متهمة القوى الاستعمارية والفاشية بتدبير المؤامرات للنيل من الإنسان العربي، والثقافة العربية .

وكان من بين الحلول التي رأتها الدول والمنظمات العربية لمواجهة ما أسمته بالغزو والهيمنة والاختراق ضرورة امتلاك تكنولوجيا الاتصال، أخذاً

بالقول العربي المأثور الذي أوردناه في الفصل الأول، والقائل بأنه لا يفل الحديد إلا الحديد.

ولقد تسابقت الدول العربية على امتلاك أحدث ما أنتجته مصانع الغرب من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأصبح امتلاك التكنولوجيا في حد ذاته هدفاً رصدت له ميزانيات ضخمة، وفي غضون سنوات قليلة وجدنا السماء العربية تعج بالعديد من القنوات الفضائية العربية التي تتحدث باسم الحكومات العربية، في محاولة للرد على القنوات الفضائية الأجنبية، ومقاومة محاولاتها للسيطرة على الجماهير العربية، ووجدنا هذا الكم الضخم من القنوات الفضائية العربية، الحكومية منها والخاصة.

إن التقييم والحكم العلمي لما تقدمه هذه القنوات ومدى ما قامت به من دور لتحقيق أهدافها التي أعلنتها سابقاً نقدمه من خلال هذا الفصل الوصفي بعد الإبحار في سرد كل تلك القنوات ودوافع إطلاقها والأهداف التي وضعتها لنفسها، والاطلاع على مصادر تمويلها وقدراتها التقنية والمادية والبشرية، وخدماتها البرامجية، مع ضرورة أن يدعم ذلك مستقبلاً –إن شاء الله- بالمزيد من الدراسات والبحوث، النظرية منها والتطبيقية.

لكن قبل أن نبدأ بعرض إيجابيات وسلبيات تزايد القنوات الفضائية العربية والمحاسن والمساوئ التي نتجت عنها ، نقدم تلخيصاً لواقع هذه القنوات الفضائية العربية في الوقت الراهن، وهو جزء لا يتجزأ من تقديم الرؤية النقدية الخاصة بهذه القنوات، وهو أرضية ومنطلق لها في الوقت نفسه:

أولاً- ملكية القنوات الفضائية العربية:

- إن خريطة القنوات الفضائية العربية تشهد زيادة ملحوظة في عدد القنوات الفضائية على كافة الأصعدة وفي مختلف النوعيات، وهذا التزايد ليس وليد اللحظة الآنية، وسوف ينتهي بانتهاء المرحلة الحالية، لكنه سيمتد على مدى السنين القادمة، وربما على مدى العقود الآتية حتى يكون بمثابة الخاصية

التي تميز هذا العقد الجديد من الألفية الثالثة، ويتضح ذلك سواء من الظهور شبه اليومي لقنوات فضائية عربية جديدة تضاف إلى الفضائيات العربية القائمة، أو من خلال ما قدمناه عن الخطط القادمة لكل شبكة ومنظومة فضائية عربية مستقلة. وعموماً يرى "فورستر كريس، K. Forester" طبقاً للدراسة التي أجرتها "مؤسسة الشاشة Screen Digest" أن تزايد القنوات الفضائية خلال عام ٢٠٠٢ – وما سوف يليه من أعوام - لا يعتبر ظاهرة تنفرد بها القنوات الفضائية في الدول العربية؛ حيث شهد هذا العام إطلاق ١٧٥ قناة تليفزيونية جديدة في أوروبا، وبإضافة القنوات التي انطلقت في منطقة الشرق الأوسط فإن العدد قد يتخطى مائتي قناة جديدة، في حين شهدت أوروبا التي يوجد فيها قرابة ١١٣٢ قناة انطلاق ٤٦ قناة جديدة إضافية مع بداية العام ٢٠٠٣.

- مع هذا الكم المتزايد المشار إليه من القنوات الفضائية العربية يمكن تمييز خمسة أنواع لملكية هذه القنوات، ومصادر تمويلها على الشكل التالي:

١) القنوات الفضائية العربية الحكومية، التي تعتمد على دعم الدولة من خلال الميزانية المخصصة لهيئة الإذاعة والتليفزيون في كل دولة عربية، والتي تتبع بدورها لإحدى وزارات الدولة، أو لهيئة حكومية أخرى في الدول التي تم فيها إلغاء وزارة الإعلام.

٢) القنوات الفضائية العربية الخاصة تماماً، والتي تتبع رأس المال العربي الحر، بشكل مباشر، ويمكن هنا تمييز المحطات التي تعتمد على تمويل بعض رجال الأعمال بشكل فردي، وهي السمة الغالبة، والمحطات التي تعتمد على هذا الدعم إضافة إلى الاكتتاب لدى المواطنين عبر أسهم تطرح غالباً في البورصات العربية، وهذا ما يجعل الفضائيات المشار إليها مشروعات استثمارية فعلية.

٣) القنوات الفضائية العربية التي يدخل في تمويلها القطاع الخاص إضافة إلى تملك الحكومات التي تمنح تراخيص تلك المحطات، وتسهل عملها لأسهم في نسب ملكيتها، وغالباً ما تكون حصص هذه الحكومات مسددة إما عن طريق المشاركة الحكومية المباشرة، أو عن طريق تقديم الخدمات المختلفة من استوديوهات وقدرات إنتاجية، وتقديم البرامج التي أنتجها القطاع العام في تلك الدول، مثلما هو الحال في القنوات المصرية وبعض القنوات المغاربية.

٤) القنوات الفضائية التي يدخل فيها رأس المال العربي الخاص الحر جنباً إلى جنب مع بعض الشركات والجهات الاستثمارية الأجنبية الخاصة أو العامة، المتمثلة في القنوات الأجنبية الحكومية أو بنوك القطاع الأجنبي الخاص، وذلك بدعم الحكومات المحلية لتلك المحطات أو دونه، مثلما هو الحال في بعض قنوات المغرب العربي.

٥) القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية والتي غالباً ما تخضع لتمويل الدول الأجنبية والحكومات التي توجه تلك المحطات إلى المنطقة العربية، سواء من خلال التوجيه المباشر دونما وسيط، مثلما هو الحال في قناتى الحرة والعالم، أو القنوات التي توجه عبر وسيط المستثمرين أو المعارضين العرب المقيمين في تلك الدول مثلما هو الحال بالنسبة لقناة الحرية أو النجم العربي للإرسال.

- ما دمنا قد تطرقنا إلى التزايد المستمر في عدد القنوات الفضائية العربية، فإن هذا التزايد يمكن مرده في الآونة الأخيرة إلى القنوات الفضائية العربية الخاصة بشكل أوضح، حيث اكتفت المنظومات الفضائية الحكومية من إطلاق وتحقيق معظم مشروعاتها، باستثناء بعض القنوات المتخصصة التي تطلقها الحكومات العربية بين الحين والآخر، بينما نجد بالمقابل أن النسبة الكبرى في هذه الزيادة تميل إلى القطاع الخاص الذي يبدو أنه وضع يده

أخيراً على القنوات التي تدعم نجوميته، وأفكاره ومشروعاته التجارية الخاصة في ظل توفر رأس المال.

- لم تعد الحكومات العربية غالباً تكتفي بقناة حكومية واحدة تعبر عن وجهة نظرها وتنقل صورتها للعالمين العربي والخارجي ، بل أصبحت معظم الدول العربية تمتلك منظومات فضائية متكاملة تتضمن القنوات العامة باللغة العربية والقنوات العامة باللغة الأجنبية، إضافة إلى القنوات ذات الخدمات التخصصية.
- إن الكلام السابق ينطبق كذلك على مستثمري القنوات الفضائية العربية الخاصة، من حيث عدم اكتفائهم بإنشاء قنوات فضائية وحيدة، بل العمل على دعم هذه القناة بمجموعة قنوات أخرى متخصصة أو عامة، خاصة مع قلة تكلفة الإطلاق في ظل الأقمار الصناعية ذات الخدمة الرقمية التي تتيح قناتها القمرية الواحدة إرسال أكثر من ١٢ قناة فضائية معاً، إضافة إلى توفر الكادر والخبرة التي تدير المحطة الأساسية للمنظومة، وقد رافق هذه الظاهرة كذلك ظاهرة أن يكون لكل قناة ذات خدمة إخبارية جادة قناة ترفيهية مرافقة للمنظومة نفسها كما يحدث في بعض القنوات اللبنانية والخليجية الخاصة.
- لا تزال أصابع الاتهام توجه إلى كثير من المحطات الفضائية العربية الخاصة على أنها تخضع للدعم الحكومي والمساندة مالياً ومعنوياً (من تحت الطاولة)، مما يجعلها تظهر أمام العالم بثوبها الخاص والمستقل بينما هي في حقيقة الأمر الوجه الآخر للفضائيات الحكومية التي تمتلكها كثير من الأنظمة العربية.
- إن الاتهام السابق للفضائيات العربية الخاصة ذات تمويل رأس المال العربي الحر، يجعلنا نتمكن من تصنيف هذه الفضائيات ضمن اتجاهين واضحين، وآخر خفي:

- القنوات الفضائية العربية الخاصة الموالية تماماً للنظام الحاكم الذي تنطلق في كنفه هذه الفضائيات، وتحظى برعايته ورضاه ومباركته.
- القنوات الفضائية العربية الخاصة المعارضة للنظام الحاكم الذي تنتمي إليه المحطة، وتعمل على كشف تجاوزاته وأخطائه وديكتاتوريته، وتهدف إلى حشد الطاقات البشرية والمالية في كل مكان لإسقاطه.
- القنوات الفضائية العربية الخاصة التي تعمل بشكل مستقل، ويكون هدفها الأول والأخير مصلحة الجمهور العربي، وفائدته بغض النظر عن من سوف يضره هذا التوجه، أو ينفعه، وإن كانت مع أو ضد نظام حكومي معين، أو الأنظمة العربية بشكل عام.

- كما تعددت مشارب وانتماءات الجهات الممولة للفضائيات العربية الخاصة تعددت كذلك أماكن انطلاقها، ومراكز بثها، فبعض هذه المحطات تبث من داخل المناطق الحرة والمدن الإعلامية الجديدة في الدول العربية، مثلما هو الحال بالنسبة لكثير من المحطات التي تبث من مدينة دبي الإعلامية والمناطق الحرة بعمان وبيروت، ومدينة الإنتاج الإعلامي بمدينة السادس من أكتوبر بالقاهرة، أما البعض الآخر فيبث إرساله من خارج الوطن العربي، كالمنطقة الصناعية غربي لندن، أو من باريس أو المنطقة التجارية في روما، أو حتى من واشنطن، وإن كان كثير من الفضائيات العربية التي كانت تبث من الخارج بدأت تحويل إرسالها للبث من داخل الوطن العربي نظراً للكفاءة التكنولوجية التي لا تقل عن الكفاءة الغربية، ولخفض تكاليف البث والإنتاج وإقامة الكادر المرافق. وبالمقابل فإن جميع المحطات الفضائية العربية الحكومية تبث من داخل أرض دولتها، وإن كانت تملك محطات تقوية للبث في دول عربية وأجنبية أخرى.

- شهدت البنى التحتية الإعلامية في الوطن العربي تطوراً ملحوظاً رافق تزايد المحطات الفضائية العربية، فتم بناء المدن الإعلامية في الوطن العربي، ومدن الإنتاج الخاصة، حتى يمكن القول: إنه لن ينتهي العقد الأول من القرن الحالي، حتى يصبح لكل دولة عربية تقريباً مدينتها الإعلامية والإنتاجية الخاصة.
- كما شهدت البنى التحتية الإنتاجية تطوراً ملحوظاً بسبب الفضائيات العربية، شهدت البنى الإدارية لهيئات التليفزيون العربية تغيراً إدارياً ملحوظاً في بعض أقطار الوطن العربي، حيث بدأت بعض الدول العربية في إلغاء وزارات إعلامها، نظراً لضعف الإعلام الحكومي، ولقدرة القطاع الخاص المدعوم من قبلها - جهاراً أو سراً - على القيام بدوره على أتم وجه، مما يلغي الحاجة للتبعية الإدارية الوزارية الحكومية لهذه القنوات.

ثانياً- تنوع خدمات القنوات الفضائية العربية:

كما تحدثنا عن تنوع ملكية القنوات الفضائية العربية فيمكن أن نتحدث من جانب آخر عن تنوع الخدمات التي تقدمها تلك المحطات الفضائية، والتي تنقسم كما هو معروف ما بين الخدمات العامة، لقنوات فضائية تقدم جميع أنواع البرامج الإخبارية والسياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والرياضية والدرامية والترفيهية والبرامج الفئوية الخاصة بالأطفال أو الشباب أو مجتمع المرأة، والموجهة لكل شرائح الأسرة، دون تخصيص، وما بين القنوات الفضائية ذات الخدمات المتخصصة، والتي طرقت مجالاتها كل أنواع التخصص، ومنها:

- القنوات الإخبارية المتخصصة.
- القنوات الدينية والتبشيرية المتخصصة.
- القنوات الرياضية المتخصصة.
- القنوات الغنائية والموسيقية المتخصصة العربية والأجنبية.

- القنوات الثقافية المتخصصة.
- القنوات الاقتصادية المتخصصة.
- القنوات التعليمية المتخصصة.
- القنوات العلمية والابتكارية المتخصصة.
- القنوات التاريخية والتوثيقية والتسجيلية المتخصصة.
- قنوات الدراما التليفزيونية المتخصصة.
- قنوات الأفلام (السينمائية) المتخصصة.
- القنوات الإعلانية المتخصصة.
- قنوات الشرائح العمرية المتخصصة، مثل قنوات برامج الأطفال، وقناة المرأة العربية، وقنوات ذوى الاحتياجات الخاصة وقنوات الشباب.
- قنوات الأزياء والموضة المتخصصة.
- القنوات الفضائية المتخصصة باللغات الأجنبية.
- القنوات الخاصة بالدردشة والحوار المتخصصة.
- القنوات الفضائية المتخصصة ببعض برامج الواقع عبر البث المباشر.

ثالثاً- تنوع الجمهور المستهدف للقنوات الفضائية العربية:

وكما تنوعت خدمات القنوات الفضائية العربية الخاصة والعامة، تنوع كذلك الجمهور المستهدف لهذه القنوات، ويمكن ملاحظة أربعة أنواع من الجماهير تستهدفها القنوات الفضائية العربية، هي:

١) الجمهور المحلي داخل بلدانها الذي تسعى هذه المحطات إلى الوصول إليه لتكون موازية للفضائيات الأجنبية والعربية التي يلتقطها، وتزداد أهمية هذا الجمهور في كلتا الحالتين التاليتين:

- البلدان التي تتسم طبيعتها الجغرافية بصعوبة الوصول وتغطية كافة مناطق الدولة بالأقمار الصناعية، مثل السعودية ومصر وليبيا.
- كذلك الحال تزداد أهمية هذا النوع من الجمهور لدى القنوات الفضائية المعارضة التي تستهدف حث جمهورها المحلي على التحلي بروح المقاومة، ومخالفة النظام الذي تعارضه.

٢) الجمهور العربي خارج بلدانها وداخل الوطن العربي، مما يحقق لها انتشاراً أوسع ويزيد من شريحة جمهورها على صعيد الوطن العربي كله.

٣) الجمهور العربي سواء المحلي أو العام خارج الوطن العربي، مما يربط هذه الجاليات بأوطانها الأم، وينقل الموروث العربي وعاداته وتقاليده لدى أبناء هذه الجاليات.

٤) الجمهور الأجنبي غير العربي، سواء الجمهور المسلم غير الناطق باللغة العربية، أو الجمهور الأجنبي العام بهدف حشد الرأي العام تجاه القضايا العربية المختلفة.

رابعاً- أنماط البث للقنوات الفضائية العربية وتنوع مصادر تمويلها:

- ومثلما عمدت القنوات الأجنبية السباقة إلى الخدمات المجانية والخدمات المدفوعة الأجر، قامت المحطات العربية، وتوزعت بين هذين النوعين، فأضحى في المنطقة العربية ثمة قنوات مجانية عامة، ويدخل ضمنها معظم القنوات الفضائية العربية الحكومية، وكثير من المحطات العربية الخاصة، إضافة إلى قنوات الفضاء العربية المشفرة التي تعتمد على تقديم خدمات نوعية متخصصة ذات مستوى عال تحتكر بث الأحداث والبرامج لجمهورها مقابل أجر معلوم، بما يحقق لها عائداً مادياً

وجمهوراً خاصاً بها يمكنها من تطوير خدماتها وفقاً لطبيعة هذا النوع من الجمهور.

- إن ظهور هذا النوع من القنوات المشفرة والتي تقدم خدماتها مقابل أجر أدى إلى ظهور وانتشار ظاهرة الاحتكار للأعمال والبرامج والأحداث بتغطيتها التليفزيونية؛ حيث عمدت كل محطة من هذا النوع إلى الانفراد بنوع من البرامج أو التغطية لا يقدمه سواها من أجل تشجيع جمهور القنوات الأخرى على التوجه إليها بغية الحصول على هذه الخدمة النوعية، الأمر الذي أدى إلى ارتفاع أسعار هذه الأشكال البرامجية، التي يمكن أن تحدد أبرز أنواعها بالنشاطات والمباريات والبطولات الرياضية العربية والعالمية، إضافة إلى بعض البرامج والمسلسلات والأفلام الدرامية التي بدأت تعرف معنى ميزة العرض الأول، وهذا الأمر أفرز العديد من الإيجابيات والسلبيات سيتم تناولها في تقييم عمل الفضائيات.
- زاد اعتماد كثير من المحطات الفضائية العربية مؤخراً على الإعلانات التجارية، واتصالات الجمهور في تأمين مصادر تمويل ذاتية للمحطات، تواجه به مشاكلها المالية، وقد بينت الإحصائيات المقدمة أن القنوات الفضائية العربية منذ عام ١٩٩٠ وحتى الآن والتي زاد عددها على ١١٥ قناة بلغ نصيبها من إجمالي الدخل الإعلاني للمحطات الفضائية في مصر ولبنان ودول الخليج العربي ٣٨٪، وهي الدول ذات الثقل الاقتصادي في المنطقة، وتمثل الأسواق الرئيسية المستهدفة للإعلان بصفة عامة، والتليفزيوني بصفة خاصة، إضافة إلى أنه قد تضاعف الدخل الإعلاني لهذه الفضائيات ثماني مرات في الفترة من ١٩٩٣ وحتى نهاية ١٩٩٩، فقد بلغ في العام ١٩٩٩ ما يعادل ٣٥٨٩٨٢ دولارًا أمريكيًا مقابل ٢٩٧٤٩ دولارًا أمريكيًا عام ١٩٩٣.

- إن النقطة السابقة تقودنا إلى أنه يمكن التعامل مع الإعلان التجاري كمتغير مستقل من حيث إمكانية اتخاذه مصدراً أساسياً لتأسيس قناة تليفزيونية، وهذا ينطبق على القنوات الخاصة المفتوحة، أكثر منه على القنوات الحكومية، خصوصاً إذا كانت هذه القناة الخاصة غير تقليدية، ولها هويتها، وتتمتع بمساحة حرية لا تقيدها سوى مواثيق الشرف الإعلامي، وهذا يتبلور من خلال تبيين أن الحصة الأكبر من الدخل الإعلاني ذهبت إلى القنوات الفضائية العربية الخاصة المفتوحة، بالإضافة إلى أن معظم هذه القنوات لا تملك مصدراً للتمويل غير الإعلان التجاري، اللهم إلا إذا كانت هناك مصادر أخرى غير معلنة للتمويل.
- على الرغم من كثرة الفضائيات العربية الخاصة في المنطقة العربية، إلا أن بعض الأنظمة العربية لا زالت تحظر تراخيص البث لمثل هذا النوع من القنوات، فيما تبحث أنظمة أخرى في هذا الشأن، مقابل كثير من الأنظمة التي تسمح بذلك، ولا تمانع شريطة أن تشارك هذه القنوات، أو على الأقل تلتزم بأعراف وقوانين الدولة، وبغض النظر عن مدى سماح أو حظر القنوات الفضائية العربية الخاصة فإن هذه القنوات لا تتوقف عن التزايد من داخل بلدانها أو من خارجها.
- إن تلك القوانين أو عدمها لم يمنع أن ترافق زيادة المحطات الفضائية العربية في منطقتنا زيادة عدد الأطباق المستقبلة لدى الجمهور العربي، وخاصة مع البث الرقمي الذي جعل من هذه الأجهزة أرخص عشرات المرات مقارنة بأسعارها عند بداية انطلاقها، كما وفرت القدرة على الاستقبال بأطباق لا يزيد قطرها على ٩٠ سم المزيد من انتشار هذه الأطباق.

- إن هذه الزيادة في عدد الأطباق المستقبلة للبث الفضائي قابلها وتماشى معها اجتياح القنوات الغربية للبث على أثير الأقمار العربية الموجهة للمنطقة العربية، مثل القمر الصناعي العربسات، والقمر الصناعي المصري النايلسات، حيث باتت تبث عليهما للجمهور العربي العديد من القنوات الأجنبية الشهيرة، من بينها: (المحطة الفرنسية الخامسة "TV5"، وقناة هيئة الإذاعة البريطانية "BBC"، واليورونيوز باللغتين الفرنسية والإنجليزية، والدوتش فيلي الألمانية "DW"، والقناة الصينية التاسعة "CCTV9")، إضافة كما ذكرنا إلى المحطات الفضائية الأجنبية الموجهة للمنطقة العربية بلغتها.
- عملت كثير من الحكومات العربية في ظل التزايد غير المسبوق للمحطات الفضائية العربية والأجنبية على العمل كوسيط مشترك بين نقل هذه القنوات إلى مشاهديها سواء عبر البث الأرضي أو عبر شبكات الكابل، أو شبكات الميكروويف، وقد تبنت هذه الخدمات أو الحزم المقدمة كل من القنوات الفضائية العربية والأجنبية في الوقت نفسه.
- إن إطلاق عشرات المؤسسات الاستثمارية والإعلامية لقنواتها أو حتى منظومتها الفضائية في المنطقة العربية شجع شركات أخرى غير تليفزيونية على خوض غمار التجربة، فتحولت بعض القنوات الإذاعية مثلاً إلى قنوات فضائية عربية، مثل قناتي سترايك والنجوم على سبيل المثال، وعمدت مؤسسات صحفية أخرى إلى دخول هذا المشروع أو المشاركة على الأقل ضمنه، كما حدث مع صحيفة الحياة التي بدأت بتقديم خدمة إخبارية مشتركة مع قناة LBC، مع التكفل بكامل نفقات التغطية والمراسلين والبث. وهذه الظاهرة قابلها على الطرف الآخر ظاهرة متناقضة تمثلت في رغبة كثير من الفضائيات العربية على التجريب في استكمال منظومتها الإعلامية خارج القنوات التليفزيونية

العامة أو المتخصصة من خلال حرصها على تملك إلى جانب قناتها الفضائية إذاعتها الخاصة، وصحيفتها أو مجلتها المستقلة، لتصبح بذلك تمتلك منظومة فضائية متكاملة من جهة، ومنظومة إعلامية أوسع متعددة الخدمات ومتنوعة الوسائل من جهة أخرى، والأمثلة على ذلك كثيرة جداً، ومنها قناة المستقبل التي تملك صحيفة المستقبل وإذاعة الشرق من باريس، وقناة سبيس تون التي تمتلك مجلة مرافقة للأطفال، وفضائية الحرية التي تمتلك أيضاً راديو المؤتمر وصحيفة تحمل الاسم نفسه، ومحطات مزيكا ونجوم التي تمتلك مجلات تحمل اسمها أيضا، وغيرها الكثير من الفضائيات العربية التي خططت أو تخطط لاستكمال منظومتها بوسائل إعلامية أخرى.

تقييم أداء القنوات الفضائية العربية:

يشبه كثير من المنظرين والمثقفين العرب أن حالة استخدام العرب للأقمار الصناعية المختلفة، سواء القمران الصناعيان العربي "العربسات" والمصري "النايلسات"، أو بقية الأقمار الصناعية الأجنبية الأخرى والقنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة التي تبث عليها كحالة وضع العربة أمام الحصان، بدل أن يقف الحصان أولاً من أجل أن يقوم هو بجر العربة، إذ كان يفترض أن تطور الجهات المختلفة المستفيدة من تقنية هذا القمر خدماتها وأشكالها البرامجية وتواكبها مع متطلبات مجتمعاتها قبل أن تبدأ في بث برامجها وتقديم خدماتها دون دراسات مسبقة.

ولا يمكننا الحديث عن الدول العربية بوصفها مصدراً للقنوات التليفزيونية الفضائية بشكل فعال ومؤثر، فرغم عشرات القنوات الفضائية التي انطلقت عقب إطلاق القناة الفضائية المصرية في ديسمبر ١٩٩٠، إلا أن معظم هذه القنوات ترجمت تواجداً على الساحة الفضائية ليس إلا، فالمتابع للقنوات الفضائية العربية –على اختلاف توجهاتها- لا يجد فلسفة محددة تحكم أداء

عملها، أو أهدافاً استراتيجية تسعى إلى تحقيقها بالرغم من عشرات الأهداف المتشابهة التي تحددها كل فضائية منهجاً لعملها، لكن التنفيذ شيء آخر، حتى أن بعض هذه القنوات لا تقوى على ملء ساعات إرسالها إلا بإنتاج مستورد لا يعبر عن هويتها، ولا يعكس ثقافة المجتمعات التي تمثلها!!.

وقبل الحديث عن السلبيات التي رافقت انتشار الفضائيات العربية الحكومية منها والخاصة في مختلف المجالات وانعكاساتها على المجتمع العربي الذي تعمل ضمن نطاقه، ومن أجل خدمته، لا بد للإنصاف أن نتحدث عن بعض الجوانب الإيجابية والمشرقة التي حملتها الفضائيات العربية معها إلى المنطقة العربية، وجمهورها، بعد سنوات طويلة خضع فيها وطننا العربي لسيطرة الإعلام المرئي الأحادي القطب.

أ) الجوانب الإيجابية في القنوات الفضائية العربية:

- لقد كان القمر الصناعي العربي "العربسات" أولاً، ومن ثم القمر الصناعي المصري "النايلسات" لاحقاً من المكاسب التي تحققت في ظل ظروف اشتد فيها التنافس على الحيز الفضائي للأقمار الصناعية في الحوار المتزامن جغرافياً مع الأرض، حتى أنهما اعتبرا من المشروعات السباقة في مجال الاستفادة من هذا الجانب، والريادة في العربسات الذي لم ينشأ لأغراض تجارية - وهذا ربما الذى زاد من أعباء إنجازه- أنه مشروع سباق بصرف النظر عن عدم تمكن العرب من الاستفادة منه على الوجه الأكمل في بدايات عهده.

- إن الميزة الأهم للعربسات لا تكمن في كونه مجرد مشروع سباق، بل تكمن أهميته في كونه يضم ٢٢ دولة عربية تربطها أواصر الدين والثقافة والمصير المشترك، فهو لم ينشأ على مستوى دولتين أو ثلاث، ولم يصادف أن وجد مشروع يخدم مجموعة من الدول على نطاق واسع مثلما هو الحال بالنسبة للعربسات.

- لا شك أن فكرة التبادل البرامجي بين التليفزيونات العربية على القمر الصناعي العربي ومن ثم على القمر الصناعي المصري جاءت تحقيقاً لأهداف سامية تضمنتها اتفاقية إنشاء اتحاد إذاعات الدول العربية التي تنص على بث روح الإخاء العربي، وتنمية الاتجاهات العربية المشتركة، والعمل على تبادل الخبرات والمعلومات والمواد عن كل المسائل التي تعود بالنفع العام على جميع إذاعات الدول العربية. وعلى الرغم من محاولة التوسع في هذا التبادل بين المؤسسات الإعلامية العربية إلا أنه لم يحقق بعد طموح المواطن العربي في كافة الدول العربية.
- أتاحت الفضائيات التي قدمها عصر البث المباشر أن يطلع الجمهور العربي على نماذج أخرى مخالفة لواقع مجتمعه الحالي من حيث الديمقراطية، ومساحة الحرية، واحترام حقوق الإنسان، وحق القول والتعبير، إضافة إلى حق الحصول على المعرفة والأخبار، وهذا كله ألقى بظلاله على الأنظمة العربية صاحبة الإعلام الرسمي المرئي بحدوده الضيقة، وغير الملبية لتطلعات واحتياجات الشريحة الأوسع والأهم في المجتمع العربي.
- إن القدرات التقنية التي وفرها البث المباشر عبر الأقمار الصناعية، وتجاوز حدود الزمان والمكان أجبر الإعلام العربي الرسمي أخيراً على قبول مبدأ الإعلام المرئي الخاص، فانطلقت القنوات الفضائية الخاصة جنباً إلى جنب مع القنوات الحكومية، الأمر الذي انعكس بعدة فوائد لصالح المشاهد العربي، تجلت في سماع الطرف الآخر لأول مرة، وتعدد الرؤى والطرح، وما ستؤدي إليه منافسة القطاع الخاص من شعور القنوات الحكومية بضرورة تطوير خدماتها، وتحسين أدائها. وعموماً يمكن أن نسجل الانعكاسات التالية نتيجة هذه النقطة بالذات:

- إذا كانت القنوات الفضائية العربية الخاصة لا ينتظر منها -ولا يمكن أن نطلب منها- أن تقوم بدور كبير في مجال الحفاظ على الهوية العربية والإسلامية، وزيادة أواصر التقارب العربي بسبب طبيعتها الاستثمارية القائمة على مزيد من الأرباح، فإن الأمانة تقتضينا – أن نذكر لهذه القنوات أنها أدت دوراً هاماً ومميزاً في هذا المجال، حتى أنها لعبت – في بعض الأحيان– دوراً قومياً يفوق ما تقوم به القنوات الفضائية العربية الحكومية. ونشير في هذا المجال إلى عدة نقاط، أبرزها:

١- أن القنوات الفضائية العربية الخاصة حركت المياه الراكدة في ميدان العمل التليفزيوني الحكومي في الدول العربية، التي استشعرت خطراً يتهددها من جراء انصراف الجماهير العربية عنها، فراحت تخفف من سيطرتها الرقابية على ما تقدمه من برامج، وتسمح بهامش من حرية التعبير ، ربما ليس احتراماً منها لتلك الحرية –في حد ذاتها– ولكن رغبة في الحفاظ على مشاهديها.

٢- أن تواجد القنوات الفضائية العربية الخاصة ومنافستها الشديدة مع القنوات الحكومية، أنعش صناعة التليفزيون والسينما، فتسابق المستثمرون العرب في إنشاء الاستوديوهات ودور الإنتاج لتلبية الاحتياجات المتزايدة لتلك القنوات، مما انعكس إيجابياً على مستوى الإنتاج البرامجي.

٣- أن القنوات الفضائية الخاصة حققت ما عجزت عنه كل الحكومات والمنظمات العربية والإسلامية طوال تاريخها، وذلك عندما أطلقت شبكة " ART " في عام ١٩٩٨ قناة "إقرأ" لتكون أول قناة إسلامية تبث عبر الأقمار الصناعية، تحمل الرؤى والمفاهيم الإسلامية للعرب والمسلمين في كافة أرجاء العالم.

٤- أن بعضاً من القنوات الفضائية الخاصة تبنت مواقف سياسية وإنسانية من منظور قومي لم تستطع القنوات الحكومية ولا الحكومات العربية التي تقف وراءها تبنيها، فمثلاً في عام ١٩٩٣ تبنى تليفزيون الشرق الأوسط – MBC- برنامجاً متكاملاً لجمع التبرعات لصالح مسلمي البوسنة والهرسك، وقد بلغ ما تم جمعه من خلال هذا البرنامج ١٧ مليون دولار.

- أن القنوات الفضائية العربية الخاصة كانت أكثر ذكاءً ومقدرة من القنوات الحكومية في دراسة مدى جدواها الاقتصادية، والاهتمام بدراسة جمهورها ومتطلباته وحاجياته، مما حقق لها حضوراً وجماهيرية أكبر من القنوات الحكومية.

- أن معظم القنوات العربية الخاصة – استجابة لرغبة أصحاب رؤوس الأموال- جعلت نفسها في بداية إنشائها بمنأى عن الخلافات والصراعات السياسية، فلم تقدم مواد أو برامج ذات بعد سياسي؛ إلا أن التطورات التي شهدتها المنطقة العربية دفعت القطاع الخاص إلى التخلي عن هذا التحفظ، فانطلقت عدة قنوات إخبارية متخصصة لتلبي احتياجات المشاهدين العرب في كل مكان، وسرعان ما حققت هذه القنوات نجاحات متلاحقة اعتماداً على التقنية العالية التي تملكها، إلى جانب تحررها من السيطرة الحكومية، مما أتاح لها معالجة العديد من القضايا والموضوعات بعيداً عن المواقف المتحفظة للحكومات العربية وإعلامها الرسمي.

- تراعي الخدمة البرامجية لقلة من القنوات الفضائية (وتحديداً القنوات الخاصة) مدى مناسبة المضمون المقدم لكل أفراد العائلة، باتباع نظام الإشارات الذي يبرمج التليفزيون على أثرها، كما هو الحال في أوروبا، حيث تقتصر قنوات شبكة أوربيت مثلاً على البث وفق نظام

الإشارات المتبع بأوروبا وأمريكا الشمالية، والذي يراعى وجود عينات من الجمهور كالأطفال بين جموع المشاهدين، وبالتالي يقدم إشارات تنبيهية لأفراد الأسرة لفرض الرقابة الأسرية على المادة التي يختارونها لأطفالهم أو مراهقيهم أو أنفسهم بعيداً عن العنف والجنس وكل ما يسيء إلى النفس البشرية، كالإشارة ذات المستوى الأول (R1) والتي تؤكد أن المضمون المقدم يصلح لجميع أفراد الأسرة، والإشارة ذات المستوى الثاني (R2) والتي تؤكد أن المضمون المقدم خاضع للتقدير الشخصي لرب الأسرة، والإشارة ذات المستوى الثالث (R3) والتي تنصح بتوخي الحذر، والإشارة ذات المستوى الرابع (R4) والتي تؤكد أن المضمون المقدم لا يصلح إلا للكبار فقط، ولا يزال ينقص هذا المشروع - حتى ينجح في المنطقة العربية- وجود التقنية اللازمة التي تقفل جهاز الاستقبال بمجرد بروز إشارة لا يرغب الأهل في مشاهدة أطفالهم لها، ولا يعود للعمل حتى يتم تغيير المحطة على قناة أخرى تقدم برامج من مستويات لا يمانع الأهل في مشاهدتها.

- إذا كان من الطبيعي أن تلتزم الفضائيات الحكومية بقانون المطبوعات والنشر الخاص ببلدانها، فإن الترخيص للفضائيات العربية الخاصة مر عبر الالتزام بقانون الهيئات مانحة الترخيص، والتي غالباً ما تحرص على نقاط أساسية لا جدال فيها، مثل الحفاظ على الوحدة الوطنية، وعدم إثارة الفتن الطائفية، وعدم المساس بعلاقات الدول الخارجية وأمنها الداخلي، إضافة إلى مراعاة قيم وعادات وتقاليد وأعراف مجتمعاتها، مثلما هو الحال على سبيل المثال في قانون ترخيص الهيئة العليا للاستثمار الإعلامي بالمنطقة الحرة في جمهورية مصر العربية، والمسئولة عن إصدار تراخيص القنوات الخاصة وسحبها إن تجاوزت الخطوط الحمراء المتمثلة في إثارة موضوعات حول الدين والجنس بشكل لا يراعي المبادئ الدينية والقيم الأخلاقية، إضافة إلى عدم

مخالفة ضوابط مجلس الوزراء الخاصة بتنظيم أعمال القنوات الفضائية الخاصة بهدف الحفاظ على وحدة وتماسك الأمة، والكلام السابق نفسه ينطبق على المناطق الحرة في دبي وبيروت وعمان، والتي يزيد بعضها في فرض القيود المتمثلة في عدم انتقاد الأسرة الحاكمة أو الدول الشقيقة والصديقة، أو ذكر أسماء ضحايا الجرائم أو الإعلان عن الأشياء المخالفة للدين أو الأخلاق.

- من جهة أخرى تشهد القنوات العربية، وخاصة المتخصصة في مجال الخدمة الإخبارية صراعاً ملحوظاً، وهذا سيؤدي بالتأكيد إلى تطوير الخدمة الإخبارية على كافة الأصعدة التقنية والزمنية واللفظية، والتحريرية، وسيكون بلا ريب في صالح الجمهور العربي، كما سيؤكد تفوق القنوات العربية إعلامياً وجماهيرياً في الوقوف في وجه القنوات الموجهة الإخبارية في المنطقة العربية.
- إن هذا التنافس جعل المواطن العربي على اطلاع مباشر بآخر المستجدات الإخبارية أولاً بأول، مع تعدد خيارات هذا الاطلاع، والرؤى المقدمة من أكثر من مكان وفي وقت واحد، فحرية التلقي والانتقاء بين نشرات وأخبار الفضائيات العربية العامة أو المتخصصة أصبحت حقيقة واقعة بفضل تعددها وتنوع أشكالها ومضامينها، وأساليب تأديتها لخدماتها.
- كان لتدفق المعلومات سابق الذكر عبر الحدود العربية وبفضل الفضائيات العربية تأثير ملحوظ في تنامي الرأي العام العربي، وتعبئة الشارع العربي من المحيط إلى الخليج بشعور واحد حول ما يجري من أحداث في فلسطين أو العراق، والذي حشده وزكاه ولفت النظر إليه تدفق المعلومات عبر الفضائيات العربية على اختلاف أنواعها ومشاربها وطبيعة خدماتها.

- سيأتي التعرض في هذا الفصل لحالة الخوف على الجمهور العربي بشرائحه المتدنية من الحرمان من خدمات القنوات المشفرة ذات الخدمات مدفوعة الأجر، لكن هنا لا بد من التعرض في مجال إيجابيات القنوات الفضائية العربية عموماً، والخاصة منها خصوصاً لمسألة نجاح القنوات المتخصصة ذات الخدمة المجانية وغير المشفرة وكسبها ثقة الجمهور العربي، وتوسيع قاعدتها الجماهيرية في المنطقة العربية كان الحافز للعديد من المؤسسات والهيئات العربية الحكومية والخاصة نحو إطلاق قنواتها الفضائية غير المشفرة. وقد تجلى ذلك واضحاً في القنوات المتخصصة في مجال الرياضة التي أطلقتها الجزيرة ودبي والبحرين، وهذا كله جعل من المنافسة في مجال التغطية الرياضية والحيازة الحصرية للبطولات مكسباً للجمهور العربي بشريحته الأوسع التي لا تتعامل مع قنوات الخدمة مقابل أجر.
- كما أن الصراع الشديد بين القنوات المفتوحة على تقديم خدمات متخصصة أخرى، كقنوات الأغاني والموسيقى – والأفلام لاحقاً- قد قلل نسبياً من أهمية وخصوصية الحزم المشفرة التي تقدم مثل هذه الخدمات للمجتمع العربي، وهذا كله ساعد بدوره على التخفيف من سعر قيمة اشتراكات تلك الحزم والباقات المشفرة، إضافة إلى تحسين وزيادة خدماتها، ولعل هذا ما دفع شبكة "ART" إلى الإعلان عن أنها تعتزم أن تطرح حوالي ٢١٪ من إجمالي أسهم شبكة راديو وتليفزيون العرب للاكتتاب لمدة عام، بمبلغ يتراوح ما بين ٣٠٠ و٤٠٠ مليون دولار، ومن أجل ذلك تم تكليف بنكين بإدارة أكبر عملية طرح للأسهم في أسواق المنطقة العربية، وسيسير ذلك وفق استراتيجية جديدة تنتهجها الشركة، وتهدف في المقام الأول إلى زيادة رأس المال، بإطالة مدة الاكتتاب، مما يعمل على تخفيض رسوم الاشتراك السنوي، وتنتج

عنه زيادة مؤكدة في عدد المشتركين، بصورة كبيرة لصالح راديو وتليفزيون العرب، لتحقيق مشاركة كبيرة من مساهمين جدد.

- أتاحت بعض الفضائيات العربية توفير خدمة أساليب التعليم عن بعد وكذلك المعالجة والتداوي الطبي ، وظهور قنوات متخصصة في هذا الجانب مثل قناتي حورس ونفرتيتي المصريتين، إضافة إلى استخدام بعض هذه الفضائيات على قلتها في خدمة التعليم الخاص والعام والمفتوح، وتعليم الكبار، وإن كانت هذه الخدمات على نطاق ضيق ومحدود، وتحتاج إلى تطوير وتعميم.
- على الرغم من أن الفضائيات العربية لم تحقق التقارب العربي كما هو مطلوب – وسيتم التطرق إليه- لكن هذا لا يمنع من إتاحة الفرصة للجمهور العربي للاطلاع على ثقافة ولهجات وتراث أعمال الدول العربية بمختلف مشاربها، إضافة إلى إمكانية التفاعل مع الحضارات والثقافات العربية المتعددة، وهذا كله يدخل في دائرة التنوع، وزيادة فرص الاختيار.
- إن الخدمة السابقة قدمت للمشاهد العربي ما يعرف بظاهرة "التفتح السمح"، بمعنى أن الاطلاع والتعرف على ثقافة وأنماط تفكير وطرق حياة إيجابية ودرجة تقدم ورقي شعوب أخرى في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتقنية للشعوب المتقدمة فكرياً وحضارياً يؤدي إلى زيادة التحفيز لتطوير المجتمع بوجه عام، وحياة المشاهد بوجه خاص.
- لقد أسهم تعدد القنوات الفضائية العربية في إعطاء الفرص الكافية لظهور كادر إعلامي وتقني جديد من الشبان العرب، يمكن أن يكون رديفاً للجيل السابق والراهن من الخبراء والمتخصصين، ويمكن بالتالي عقد الآمال عليه لتطوير الإعلام المرئي العربي بكل مرافقه،

في حالة توفر أمرين هامين، هما: أولاً أخذ الفرصة المناسبة لإظهار الذات وإبداعاتها، وتبيان التفوق والقدرة على العطاء من واجب قومي وأخلاقي، والثاني التأهيل والإعداد المناسب.

- لا شك أن الفضائيات العربية كانت الهدية الأغلى للمواطن العربي المغترب، سواء المهاجر أو المهجر أو المتنقل لفترة قد تطول أو تقصر، فقد ظلت هذه الشريحة من أبناء الوطن العربي محرومة من أي إعلام مرئي؛ نظراً للمعوقات الجغرافية، وسطوة القنوات الأجنبية في البلدان التي هي فيها، حتى استطاعت القنوات الفضائية العربية سواء من خلال بثها على أقمار المنطقة أو الأقمار التي تغطي معظم دول العالم ، التواصل مع أبناء أوطانها، والعمل على ربطهم بالوطن الأم، وتحقيق نقل الموروث والعادات والتقاليد والقيم العربية والإسلامية إلى أبناء هذه الجاليات، ومدها بالخدمات الأساسية التي تتضمن عدم تغربها الفكري الثقافي والعقلي سواء عبر تعليم ونقل اللغة العربية أو عبر حثها على خدمة بلدانها الأم. ويبقى هذا الهدف من الأهداف الجلية لهذه القنوات بغض النظر عن كونها استطاعت تحقيقه جزئياً أم كلياً أم لم تستطع.

ب)الجوانب السلبية في القنوات الفضائية العربية:

إن إنشاء القنوات الفضائية العربية جاء تقليداً ومحاكاة لما هو سائد في العالم، ورد فعل متسرع للتواجد المكثف للقنوات الفضائية الأجنبية، مما يجعلنا وكثيراً من الباحثين نتمكن من تسجيل ملاحظات سلبية ومساوئ عدة لآلية عمل ومردود هذه القنوات في الوطن العربي، مع ملاحظة أن تناول السلبيات وبعض الأخطاء في أداء مهمة الفضائيات العربية، سواء الحكومية بالدرجة الأولى أو الخاصة بدرجة أقل ، يمكن تقديمه عبر ملاحظة سلبيات كل نوع من هذه الفضائيات - كما تحرص معظم الدراسات العربية على تقديمها- لكن لضرورة

تفصيل هذه السلبيات بهدف كشف الخلل بوضوح وجلاء؛ سنقوم بعرضها من خلال مستويات خللها، سواء عبر السلبيات على مستوى الإدارة والتخطيط أو الخدمة البرامجية، أو القدرة على منافسة القنوات الأخرى، أو على التقصير في مستوى القنوات المتخصصة والخدمات المشفرة مقابل أجر، أو على مستوى مصادر التمويل وكسب سوق الإعلانات التجارية، أو من ناحية تأثيرها على الخدمات الوطنية، أو نقل التراث العربي والمحافظة على الهوية العربية، وأفق العمل العربي المشترك، مع تبيان سلبية ودور كل نوع من الفضائيات الخاصة والحكومية في كل جزئية من هذه الجزئيات:

(١) السلبيات على مستوى الإدارة والتخطيط:

- لم تأخذ الفضائيات العربية - نتيجة لاضطرار إطلاق بثها مواكبة مع المحيط العالمي- نصيبها من التخطيط ودراسة الجدوى، وطبيعة الأهداف، وحاجات الجمهور المستهدف، ومن هنا فإن المتابع لمعظم هذه القنوات لا يجد فلسفة محددة تحكم أداء عملها، أو أهدافاً استراتيجية تسعى إلى تحقيقها، ذلك أن القنوات الفضائية العربية (وخاصة الحكومية منها) قد أغفلت واحداً من أهم جوانب عملية التخطيط البرامجي، لرسم سياستها وتحديد أهدافها، فلم تسبق إطلاق هذه القنوات أية دراسات أو بحوث على جمهورها المستهدف للتعرف على أذواقه واحتياجاته وعاداته في المشاهدة، كما لم تهتم تلك القنوات بدراسات الجدوى، ولذلك جاء إنشاؤها بشكل عشوائي لا يتسم بالتخطيط رغم ما تكلفته من ملايين ، وربما كان ذلك راجعاً – في جانب منه- إلى عدم الاهتمام ببحوث المشاهدين في الدول العربية بصفة عامة، إلى جانب حرص هذه الدول على سرعة إطلاق قنواتها لتحجز مكاناً على الفضاء، وإذا كانت بعض القنوات الفضائية العربية (الخاصة) قد اهتمت على نحو ما بإجراء مثل هذه البحوث، فإنها أوكلت مهمة إجرائها لبعض المؤسسات ذات الطابع التجاري، التي احترف القائمون

عليها "أساليب إرضاء الزبون" كما أن هذه القنوات لم تسع إلى إجراء مثل هذه البحوث رغبة في التعرف على موقعها الحقيقي في اختيارات المشاهدين بقدر ما توخت أهدافاً تجارية تسعى من خلالها إلى زيادة نصيبها من كعكة الإعلانات التي تستهدف المشاهدين العرب !!

- إن معظم القنوات الفضائية العربية (الحكومية منها على وجه التحديد) جاء إنشاؤها كما ذكرنا رد فعل متسرع دون تخطيط كافٍ ورؤية محددة، وكما أسلفنا،فإن معظم الدول العربية أطلقت قنواتها الفضائية تقليداً لما يجرى في العالم، وإثباتاً لوجودها السياسي على المسرح الدولي، والمتتبع لعدد –غير قليل من هذه القنوات– لا يستطيع أن يقف على خطوط ومعالم واضحة للاستراتيجية المتوخاة من وراء إطلاقها، وليس أدل على ذلك من لجوء عدد كبير من هذه القنوات إلى تقديم نفس البرامج والمواد التي تبثها المحطات الأرضية المحلية في الوقت الذي تخاطب فيه جمهوراً مختلفاً في الرؤى والاهتمامات والأولويات وإن كان في النهاية جمهوراً عربياً !!

- إن عدد القنوات الفضائية العربية (الحكومية منها أولاً) لا يتلاءم – في كثير من الأحيان- مع حجم الدول المالكة لها ودورها على مسرح السياسة الدولية، دون التقليل من شأن هذه الدول أو المساس بمكانتها على الصعيد العربي والقومي- لكن ما الذي يدفع دولة كالإمارات العربية المتحدة إلى إطلاق منظومة قنوات فضائية قد تصل إلى عشر قنوات ، أو دولاً أخرى كالكويت والبحرين إلى إطلاق أكثر من أربع قنوات فضائية دفعة واحدة ؟! وما الذي يدفع دولاً كاليمن وموريتانيا والسودان إلى إطلاق قنوات فضائية في الوقت الذي لا يغطى إرسالها التليفزيوني الأرضي كامل حدود

الدولة؟! إنها مرة أخرى إشارة إلى سوء التخطيط في إنشاء القنوات الفضائية وتأكيد للقول بأن كثيراً منها أطلق لتحقيق التواجد فحسب.

- بالمقابل وعلى الوجه الآخر لا زالت بعض الحكومات العربية ترفض أن يدخل القطاع الفضائي الخاص للبث من أرضها، أو منافسة قطاعها الحكومي، ظناً منها أن ذلك سيمنع وصول هذا البث إلى جمهورها المحلي، مما يدفع هذا القطاع إلى الهجرة إلى الدول الأجنبية، الأمر الذي يزيد من تكاليف إنتاجه، ويحرم دولته من الاستفادة من الموارد التي تحصل عليها الدول المستضيفة نظير تأجير خدماتها، إضافة إلى حرمان اليد الفنية المحلية العاملة من فرص المشاركة في هذا الإنتاج. ولعل رفض الحكومة اليمنية للقطاع الخاص إطلاق فضائيته المقررة (سبأ) التابعة لمجموعة "الأحمر" التجارية، والتي يرأسها الشيخ حميد الأحمر، نجل رئيس مجلس النواب اليمني، في الوقت الراهن، وذلك باعتبار أن المرحلة الحالية تلتزم إعلاماً مسئولاً وملتزماً بمتطلبات البناء والتنمية وبالثوابت الوطنية، حتى يسهم بإيجابية في ترسيخ الحياة الديمقراطية، ويعمق الوعي الاجتماعي بهذه المفاهيم جعل هذا المشروع يفكر في التوجه إلى لأراضي بلاد عربية أخرى مثل دبي أو عمان أو القاهرة، أو حتى التوجه إلى أراضي بلاد أجنبية مثل بريطانيا أو إيطاليا. ولعل هذا يذكرنا بتجربة "الصحافة القبرصية" التي انتشرت في مصر، حين رفضت الحكومة المصرية طلبات بعض الأفراد والمؤسسات بامتلاك وإصدار صحف خاصة، مما دفعهم للحصول على تراخيص الإصدار من قبرص، ثم تطبع هذه الصحف وتوزع في مصر!!

(٢) السلبيات على مستوى الخدمة البرامجية:

- إن المشكلة الرئيسية التي يمكن تناولها على مستوى الخدمة البرامجية والتي تتفرع منها بقية المشاكل والسلبيات جميعها هي أن معظم القنوات

الفضائية العربية لا تقوى على ملء ساعات إرسالها إلا بإنتاج مستورد لا يعبر عن هويتها، ولا يعكس ثقافة المجتمعات التي تمثلها، وهكذا أصبحت هذه القنوات مجرد تواجد عربي على الساحة الفضائية ليس أكثر.

- إن تزايد أعداد القنوات الفضائية التي عجز بعضها عن ملء ساعات إرسالها بمواد من إنتاجها، (وهو ما تعاني منه جميع القنوات الفضائية العربية اليوم الخاصة والحكومية) سيؤدي إلى زيادة حاجتها إلى البرامج المنتجة أو المستوردة، مما سيقود بدوره إلى انتعاش صناعة البرامج التليفزيونية، وإنتاجها، لكن من جانب آخر سيفتح الباب على مصراعيه للسطو على الإنتاج السينمائي والتليفزيوني للقنوات الأخرى، مما يثير أحد أهم المشكلات التي تواجه صناعة الفضائيات اليوم، وتتعلق بحقوق النشر. فقد أتاحت الأقمار الصناعية، ونظم الكابل التليفزيونية إمكانية التقاط برامج التليفزيون التي تلتقطها محطات أخرى بعيدة، وتسجيل هذه البرامج وبيعها دون موافقة منتجها الحقيقي، حتى أنه ظهرت شركات تقوم بالقرصنة في هذا المجال، وهو ما يدعو إلى ضرورة سن القوانين والتشريعات الجديدة التي تحمى حقوق المؤلفين في ظل ما تشهده القنوات الفضائية من قرصنة علنية.
- مع زيادة الحاجة إلى تغطية ساعات الإرسال، وعجز الإنتاج المحلي عن تغطية هذا البث المتواصل على امتداد الساعة، أضحت البرامج المستوردة ضرورة لمعظم القنوات الفضائية، ولعل هذا ما جعل الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارها أكبر دولة تحتكر أكبر مراكز الإنتاج العالمية مصدراً لأكثر من ٧٠٪ من البرامج التليفزيونية المستوردة في العالم، بما يؤدي بشكل أو بآخر إلى فرض النموذج الثقافي الواحد.

- تبالغ كثير من القنوات الفضائية العربية (وخصوصاً الحكومية) في عدد ساعات البث التي توجهها، بما لا يتناسب مع قدراتها وإمكانياتها الإنتاجية التي لا تلبى سوى ربع حاجة تلك القنوات، ومن هنا يلجأ بعض هذه القنوات إلى إعادة بث المواد والبرامج القديمة، كما يلجأ البعض الآخر إلى الاعتماد على ما يمكن تسميته (إعلام السوق) وهى مجموعة من البرامج رخيصة التكاليف والمحتوى كتلك التي تعتمد على استضافة أحد الضيوف من المشاهير وإمطاره بالعديد من الأسئلة البلهاء !!، ولعله مما يوضح لنا إفلاس معظم هذه القنوات إنتاجياً تلك الفقرات المفتوحة التي تقدمها والتي تستغرق ساعات طويلة من الإرسال معتمدة على تلقى اتصالات هاتفية من الجمهور، تتضمن مناقشات وموضوعات أقل ما يقال عنها أنها تافهة، وتمثل إضاعة للوقت، إلى جانب أنها شكل قد يتناسب والشكل المسموع المقدم عبر الراديو ولكنه لا يناسب التليفزيون كوسيلة إعلامية مرئية!!
- يرتبط بالنقطة السابقة، ما تلجأ إليه بعض القنوات الفضائية العربية الحكومية – بسبب ضعف قدراتها الإنتاجية – من استيراد مواد وبرامج من دول أخرى سواء عربية أو أجنبية؛ وينتج عن ذلك أن نشاهد نسيجاً غير متناغم من البرامج والمواد التي لا تعكس هوية وثقافة المجتمع الذي تتحدث القناة باسمه، وهناك بعض القنوات العربية لا يستطيع المشاهد أن يحدد هويتها إلا من خلال الشعار – اللوجو – الذي يظهر أعلى الشاشة أو من خلال الخبر الأول في نشراتها الإخبارية والذي بالضرورة سوف يتحدث عن رئيس تلك الدولة!! ولعله باستثناء القناتين الفضائيتين المصرية والسورية، فإن جميع القنوات العربية الأخرى لا تستطيع ملء ساعات إرسالها بإنتاجها المحلي.
- وما ينطبق على الفضائيات الحكومية بشكل واضح ينطبق على الفضائيات الخاصة، وتحديداً تلك التي لا تملك الإمكانيات الضخمة التي

تمتلكها بعض الشبكات والمنظومات الأخرى؛ حيث إن ازدياد عدد القنوات الفضائية العربية الخاصة، وامتداد ساعات إرسالها لفترات طويلة، لم يصاحبه تطور مماثل في مجال الإنتاج البرامجي، مما أوقعها فيما وقعت فيه القنوات الحكومية إذ لا يكفي الإنتاج التليفزيوني العربي لملء تلك الساعات الطويلة، الأمر الذي يدفع هذه القنوات إلى التكرار، أو الاعتماد على البرامج السريعة رخيصة التكلفة والمحتوى، أو الاعتماد على الإنتاج البرامجي العالمي والبرامج المستوردة، فعلى سبيل المثال: فإن قنوات الأفلام، تعتمد اعتماداً كلياً على ذخيرة السينما المصرية – وهى محدودة– وكثيراً ما نجد الفيلم الواحد يتكرر عرضه ثلاث مرات أو أكثر على قنوات متعددة في الأسبوع الواحد !!

- أنه رغم النجاح والانتشار الذي حققته القنوات الفضائية العربية الخاصة، فإنه يمكن أن نطلق على الكثير منها "قناة البرنامج الواحد"، إذ نجد أن بعض هذه القنوات يعتمد على نجاح برنامج متميز يحدث فرقعة إعلامية، وسرعان ما يرتبط اسم القناة بهذا البرنامج ومقدمه.

- مع زيادة خدمات البرامج الإخبارية المقدمة في الفضائيات العربية ونقل وتغطية كافة الأحداث والأخبار بشكل يعكس التدفق الحر للمعلومات كأحد المعالم الأساسية للنظام العالمي الإعلامي الجديد، فإن المناخ السائد حالياً في ظل فضائيات الوطن العربي وتليفزيونات العالم الثالث التابعة للمناطق التي تنتشر فيها الأمية التعليمية والثقافية يدعم الاتجاه السائد من داخل صناعة الإعلام ومن خارجها نحو تسفيه المعلومات "والتوجه بها نحو الترفيه"، وإغراق الجمهور في فيضان من المواد الترفيهية التي تأخذ أحياناً شكل المعلومات. وهذه الظاهرة لها بعدها السياسي في العالم العربي مثل غيره من بلدان العالم الثالث؛ حيث يؤدي الاستخدام الترفيهي المكثف لوسائل الإعلام إلى تخدير الإحساس بالواقع بدلاً من محاولة فهمه، مما يوفر حالة من السكون العام في المجتمع.

- إن محاولة القنوات الفضائية (وخصوصاً) الخاصة التميز عبر خدماتها البرامجية، أدى بها إلى الاستعانة بالحصول على امتياز بعض البرامج الغربية الناجحة في بيئتها، وتعريبها للمجتمع العربي، وبالتالي فقد نشأ نوعان من هذه البرامج:

  - **أولاً:** البرامج التي تعتمد على المسابقات الشهيرة، أو مسابقات المواهب، وقد حققت مثل هذه البرامج بعض النجاحات في البيئة العربية، مثل برنامج من سيربح المليون، وبرنامج سوبر ستار.
  - **ثانياً:** البرامج التي تقوم على فكرة برنامج الواقع، من خلال جمع عدد من الشباب أو الشابات، أو الاثنين معاً في حياة مشتركة للتنافس في مجال المواهب، مثل برنامج ستار أكاديمي، أو جمع بين الفتاة والزوج المناسب مثل "على الهوا سوا"، أو لسبب آخر مثل برنامج "الأخ الأكبر Big Brother".

وقد لقي هذا النوع من البرامج نقداً كبيراً، حتى أن البعض تساءل عن الجدوى والفائدة التي ستعود علينا كأمة عربية وإسلامية من برنامج يقوم بتجميع مجموعة شباب وشابات في معيشة مختلطة لمدة تزيد علي أربعة أشهر!!، أو من جعل المرأة سلعة للعرض، والعودة بها إلى طريقة عرض الجواري، ولعل مرد ذلك إلى أن الشباب كقوة هائلة تتحرك إيجاباً أو سلباً وفقا لمن يوجه هذه القوة الجامحة، وبالتالي عملت هذه الفضائيات على تحريك هذه القوة عبر حرب الاتصالات التي أشعلتها بفعل فاعل تقف وراءه شركات المحمول، سواء بين الشباب السوري والأردني في السوبر ستار، أو بين الشباب المصري والكويتي في ستار أكاديمي، وهي في كلتا الحالتين زرعت تعصباً غبياً بين الشباب في تلك الدول العربية، وأثارت بمقتضاه فتنة حصادها أكثر من ٥ ملايين اتصال في المسابقة الأولى، وحوالي ٣٥ مليون اتصال في

المسابقة الثانية، قام بها الشباب في هذه الدول في سباقهم للمفاضلة بين سورية وأردنية، وأيهما الأولى، أو مصري وكويتي وأيهما الأول!

وقد ذهب البعض إلى الحكم بأن الموضوع في كل الحالات السابقة والمماثلة كسب رخيص لفضائيات عربية، وتوجيه خاطئ لطاقة الشباب العربي، وهذا ملخص الموضوع الذي يمكن الخروج منه بإيجابية هائلة، وهي أن الشباب قوة جبارة في حاجة لمن يحسن استخدامها وتوجيهها، وإذا كان البعض قد استغلها بطريق الخطأ لأجل مكاسب مادية فإنها يمكن أن تكون قوة ردع لم تستخدم بعد.

ورأى كثير من المتابعين أن هذه البرامج التى تستمر أربعة أشهر، وأحياناً لستة أو أكثر كل مرة يتم فيها التنافس بين تخصص يفيد الأمة، وفيه تنافس للمواهب التي تنفع العلم والناس، ويترك الاختيار لنتائج الاختبارات والتطبيقات الناجمة عنها التي يخوضها المتنافسون لرأي المشاهدين!. مرة في الطب وأخرى في الهندسة وثالثة في المحاماة ورابعة في الأدب، وخامسة في الاختراعات، وهكذا نتيح الفرصة أمام المواهب العربية في كل المجالات لنراها ومن ثم نرعاها لأجل مصلحة الوطن الكبير والأمة العربية جمعاء. ونذكر أن شعب البحرين قد ثار بالأمس القريب علي برنامج مؤسسة "MBC" الأخ الأكبر، الذي كان يعرض على قناة "2" مما أدى إلى إيقافه بعد إذاعة أول حلقة منه، ووقف تصويره، وذلك في ضوء الضجة التي قادها عدد من النواب، ووسط ما شهده الشارع البحريني من تأجيج واعتصامات ومسيرات أثارت المخاوف والهواجس، الأمر الذي دفع مجموعة شبكة إم بي سي، "MBC" التليفزيونية لوقف تصوير البرنامج مباشرة، والانسحاب من البحرين، ورجح مسئول إعلامي بحريني أن تنقل المحطة تصوير البرنامج إلى مكان آخر، واصفا هذه الخطوة بأنها أمر مؤسف وستؤثر على إمكانية البحرين في جذب الاستثمارات مستقبلا. وقد قال بيان أصدرته المحطة إنه حرصاً على ألا تكون

مجموعة "إم بي سي، MBC" سبباً في أي انقسام في وجهات النظر فقد قررت إعادة النظر في إنتاج برنامج "الرئيس أو الأخ الأكبر "Big Brother" من مملكة البحرين، بالرغم من أن هذا النوع من البرامج الجديدة لا يحمل أي تحديات أو إشكالات اجتماعية، وحول الخسائر المترتبة على المشروع قال: إن المجموعة صرفت حتى الآن حوالي ٥١ مليون دولار إلى جانب الاتفاقات الإعلانية ، وإنها بصدد إعادة تقييم الموقف المالي، فيما أعرب "جميل المتروك" العضو المنتدب لشركة أوسس المالكة لجزر أمواج السياحية حيث كان البرنامج التي كانت محطة "TV Seldom" الألمانية تقدم نسخة ألمانية منه عن أسفه لقرار المجموعة وقف التصوير والانسحاب من البحرين، وقال: إن هذا القرار مؤلم لنا ولسمعة البحرين وقيمها في التسامح، وإنه سيوجه دعوة إلى كل رجال الأعمال والمؤسسات التجارية لاتخاذ موقف مما جرى من تصعيد مفتعل ووضع المحطة تحت ضغوط أدت إلى انسحابها، وأكد أن ما جرى هو مؤشر خطير للاستثمارات في البحرين مستغرباً صمت الحكومة في هذا الصدد. وأخيراً؛ فإن الأمثلة السابقة التي أوردناها تدل على سياسة التخبط البرامجي ومحاولة التميز والربح بأي وسيلة دون مراعاة الشعور والأهداف العربية، وما يناسب وما لا يناسب البيئة العربية تحديداً انطلاقاً من واقعها ومصلحتها المستقبلية وطبيعة تقاليدها.

(٣) السلبيات على مستوى القدرة التنافسية:

- إن القنوات الفضائية العربية (الرسمية تحديداً) لم تستوعب – بعد- حجم المنافسة الخطيرة التي تنتظرها من جانب القنوات الدولية، سواء الناطقة بالعربية أو غيرها، كما لم يستوعب القائمون عليها - بشكل واضح ودقيق- مدى الفارق بين ما يجب أن تقدمه تلك القنوات، وما يمكن أن تقدمه القنوات المحلية، فلا زال الحفاظ على السلطة، وتكريس وجهة نظر النظام السياسي الحاكم في الدولة الباثة هو الهدف الأسمى الذي تسعى إليه تلك القنوات، فنشرات الأخبار في كل القنوات الفضائية

الرسمية – دون استثناء– تتصدرها أخبار رئيس الدولة وأنشطته اليومية الروتينية والتي تستغرق معظم وقت النشرة، وهو ما يصطدم مع ألف باء العمل الإخباري في القنوات الفضائية التي تستهدف جمهوراً مختلفاً عن الجمهور المحلى!!

- إذا كان البعض يرى أن للإعلام المعاصر ثلاثة أجنحة لازمة للتحليق به وزيادة مقدرته للمنافسة، وهي: تكنولوجيا الاتصال، والكوادر الإعلامية المدربة، وهامش الحرية والديمقراطية، فإن كثيراً من القنوات الفضائية العربية (الحكومية) افتقدت جناحاً أو أكثر من هذه الأجنحة، وإذا كانت بعض القنوات قد استطاعت أن تمتلك واحداً أو اثنين منها، إلا أنها جميعاً افتقدت "الحرية والديمقراطية" فهي لا تعطي حق الاتصال وحرية التعبير عن وجهات النظر المختلفة بسبب تبعيتها المباشرة لسلطة الدولة، ومن ثم فقدت واحداً من أهم أسلحة المنافسة!!

(٤) السلبيات على مستوى القنوات المتخصصة، والخدمات المشفرة:

- يمكن القول: إن فكرة التخصص في القنوات الفضائية العربية لا تزال فكرة جديدة لم تجد طريقها للتنفيذ إلا على نطاق ضيق، وفي مجال القطاع الخاص في معظم الأحيان، بالرغم من مضي أكثر من عشر سنوات على بدء تطبيق هذه القنوات في المنطقة، ويمكن استثناء بعض التجارب الناجحة من هذا الحكم، مثل قنوات شبكة راديو وتليفزيون العرب، وشبكة الأوربيت، وقنوات النيل المتخصصة، إضافة إلى بعض القنوات العربية الإخبارية المتخصصة، مثل الجزيرة والعربية، وبعض القنوات العربية الرياضية كذلك. وعلى الرغم من الإيجابيات المتعددة التي جاءت بها القنوات المتخصصة، فإنها أثارت جدلاً واسعاً حول ما يمكن أن يترتب عليها من مشكلات وسلبيات. ومما أثير حول القنوات المتخصصة، يمكن أن نطرح المسائل التالية:

- كان من أبرز ما أثير حول القنوات المتخصصة، وما يتعلق بها من تقنيات حديثة هو ما قد تؤدي إليه من مزيد من انعزالية الأفراد، وتقوقع اهتماماتهم وخبراتهم، وتفتيت الجمهور الواحد إلى عدد كبير من الجماعات الصغيرة، ذات الاتجاهات المتباينة، فتكنولوجيا الاتصال الحديثة تتجه إلى جعل خبرات القراءة والاستماع والمشاهدة عبارة عن خبرات معزولة "Isolated"، بدلاً من كونها خبرات مشتركة، فالرسائل التي توجهها القنوات المتخصصة أصبحت أكثر فردية، كما أن الأفراد يعرضون أنفسهم للمعلومات التي يحتاجونها بصفة شخصية. وفي ظل هذا التوجه الجديد أصبحت رؤية "مارشال ماكلوهان" الخاصة بوحدة العالم والحياة في قرية عالمية إلكترونية واحدة "Global Village"، والتي حققتها نهضة وسائل الاتصال في الستينيات بحاجة إلى إعادة نظر، بسبب ثورة الاتصال في نهاية التسعينيات، وهي لم تعد قابلة للتحقيق على النحو المتخيل منذ ثلاثة عقود، فالتطورات الحالية تعيد تقسيم العالم إلى قرى كثيرة، ولكن هذا التقسيم لا يرتكز اليوم على أساس تقسيم جغرافي أو عرقي أو ديني، وإنما على تقسيم جديد له مغزاه في تاريخ الإنسان، هذا التقسيم هو رغبات الإنسان واهتماماته، ولعل ذلك هو ما يدفع البعض إلى الحديث عن نوع جديد من المواطنة، وهي المواطنة التليفزيونية، " TV Citizenship"، وبالتالي فإن الدور الذي ظلت تقوم به وسائل الإعلام الجماهيرية في تحديد أولويات الاهتمام وجمع الجمهور حول أهداف محددة وتحقيق إجماع الأمة أصبح اليوم كما يقول "ديزارد، Wilson Dizard" محل شك.

- أدى انتشار القنوات المتخصصة وغيرها من القنوات مدفوعة الأجر إلى إثارة قضية هامة تتعلق بحقوق الأفراد في الحصول على المعلومات، ومساواتهم في هذا الصدد، إذ إن التقنيات الحديثة في

الاتصال ستظل حكراً على الطبقات القادرة فقط، في حين سيحرم منها غير القادرين، الذين قد يكونون في أمس الحاجة إلى الحصول على خبرات ومعلومات أساسية تقدمها تلك القنوات، وإذا كان هذا التخوف قد أثير في المجتمعات الغربية المتقدمة، فكيف يكون الحال في المجتمعات النامية؛ حيث تحرم قطاعات كبيرة جداً من الجمهور من هذه الخدمات المتخصصة، وهل سيكون الحق في المعرفة ميزة مكتسبة للأفراد الذين يستطيعون دفع ثمن تلك المعرفة؟

- إن الهدف الأساسي الذي تسعى إليه معظم القنوات المتخصصة هو تحقيق الأرباح، ذلك أنها تعتمد على مصادر التمويل الذاتي، وهو ما يثير القلق لدى الكثيرين، فالطابع التجاري لتلك القنوات يدفعها إلى الاتجاه نحو الترفيه السهل، وربما الرخيص أحياناً، دون مراعاة للقيم الاجتماعية والدينية والأخلاقية، ويزداد الأمر خطورة عندما تقتدي وتقلد القنوات التي تأتينا عبر الفضاء حاملة معها رؤية ثقافية مختلفة، فالمتتبع لخريطة القنوات الفضائية العربية المتخصصة يلمس تواجداً متزايداً للقنوات الموسيقية والغنائية، وقنوات الأفلام، والقنوات الترفيهية، في حين لا يلمس هذا التواجد، وبالقدر نفسه للمضامين الجادة، كالثقافة والتعليم.

- يرتبط بالنقطة السابقة نقطة أخرى تتعلق بسيطرة الإعلان على عدد من القنوات المتخصصة، ولقد كان ذلك ضمن أهم الأسباب التي أدت إلى ارتفاع نسبة المواد الترفيهية وطغيانها، على خريطة الكثير من القنوات المتخصصة.

- خطورة القنوات الإعلانية المتخصصة بما تقدمه من سلع وخدمات تكميلية، أو غير مناسبة لقيم المجتمع المتلقي، مما يخلق نوعاً من تخلخل القيم، والشعور بالدونية، والفوارق المادية.

- لقد أحدثت القنوات الفضائية المتخصصة في الموسيقى والغناء على كثرتها، والتي تبنت غالبيتها العملية الإنتاجية لمطربيها ، خللاً وظيفياً وذوقياً وقيمياً وفنياً دون أي استثناء لأي منها، سواء كانت وراءها شركات إنتاجية ضخمة وملتزمة أم شركات إنتاجية صغيرة تحاول أن تجد نصيباً لها من كعكة هذا السوق؛ حيث جعلت هذه الفضائيات الراقصات مطربات، والمطربات راقصات، والمهرجين شعراء أغنية وكتاب كلمات، والشعراء والكتاب مهرجين، وأصبح الفن والطرب بقدر العري والسفاهة والانحلال المقدم، وهو مقياس الانتشار والتوزيع، لدرجة أنه يمكننا الحكم على هذه الفضائيات جميعها أنها السبب الرئيسي الأول في الوقت الراهن في تدني الذوق الفني لدى الجمهور العربي، وتدني مستوى الأغنية العربية عموماً، وجعل الطرب مهنة من لا مهنة له، طالما يمتلك أحد ثلاثة أمور: المال أو العلاقات الخاصة مع أحد رجالات هذه المحطة، أو القدرة على التعري وإغراء الجمهور وإثارة غرائزه الشهوانية بالنسبة للجنس الناعم.

(٥) السلبيات على مستوى مصادر التمويل وسوق الإعلان التجاري:

- إن دخول القطاع الخاص والمؤسسات التجارية غير ذات الصلة بالإعلام بإغراءات النجاح والربح الذي حققته الشركات المختلفة المستثمرة في هذا المجال ينقل تخوف "باجدي كيان، Bagdikian" من أن حفنة قليلة من هذه الشركات ربما يمكن أن تكون لها اليد العليا على وسائل الإعلام، وإذا كان هذا التخوف قد صدر في المجتمع الأمريكي، فلا شك أن المجتمعات النامية يجب أن تكون أكثراً تخوفاً من حدوث ذلك لديها.

- إن الغالبية العظمى من القنوات الفضائية الخاصة جاء إنشاؤها بغرض تحقيق الأرباح كهدف رئيسي، ومن ثم فقد دخل ميدان البث الفضائي رجال أعمال ومستثمرون وشركات من أصحاب رؤوس الأموال العربية من غير ذوى التخصص أو الخبرات السابقة في مجال العمل التليفزيوني أو الإعلامي، وبالتالي فإن هذه القنوات تعمل في إطار نظريات العرض والطلب، ولتحقيق أكبر قدر من الأرباح بعيداً عن مقولات الدفاع عن الهوية، وحماية الثقافة والزود عن التراث، وبدت المنافسة بين هذه القنوات العربية غاية في الشراسة التي تستبعد معها أية محاولات للتعاون أو التنسيق.
- ترتبط بالنقطة السابقة نقطة أخرى تتعلق بسيطرة الإعلان على هذه القنوات التجارية، وما يمكن أن يترتب على ذلك من تداعيات ، ولقد أدى التنافس على العائدات الإعلانية إلى أن أصبح " الإعلان الدولي" سمة واضحة في هذه القنوات مما انعكس على طبيعة المحتوى المقدم بحيث يتلاءم وفلسفات وتوجهات المعلنين، وربما كان ذلك من أهم الأسباب التي أدت إلى ارتفاع نسبة المواد " الترفيهية " وطغيانها على خريطة معظم القنوات الخاصة. كما أن هناك خطورة من الإعلانات التي تقدمها تلك القنوات والتي قد تكون عن سلع وخدمات غير مناسبة لقيم المجتمع العربي، أو عن سلع غير موجودة فيه أصلاً، مما يخلق نوعاً من الاتجاه نحو الاستهلاك وانتشار أنماط الحياة الاستهلاكية، وإحداث نوع من التخلخل القيمي والشعور بالإحباط وتهميش الهوية الشخصية.
- إن اقتسام السوق الإعلانية بشكل غير متكافئ، وتفتت هذه السوق بين عشرات المحطات العربية، جعل الكثير من الفضائيات العربية يسعى إلى كسب السوق الإعلانية، بتقديم برامج والحصول على امتيازات

عروض لا تنطلق من أهمية هذه البرامج والعروض لجمهوره المحلي بالدرجة الأولى، فعلى سبيل المثال: سعت قناة المستقبل اللبنانية إلى الحصول على امتياز نقل مباريات الدوري السعودي لكرة السلة؛ رغم أنها لا تنقل مباريات الدوري اللبناني المماثل بغية إقناع المعلنين في سوق العرض السعودية والخليجية بجماهيرية القناة للشباب السعودي، وبالتالي حصولها على نسبة كبيرة من إعلانات هذه السوق، وكذلك الحال بالنسبة لقناة "LBC" اللبنانية التي تقدم برامج خاصة عن الرياضة السعودية "مثل برنامج قضية الأسبوع"، للأمر نفسه.

- تقودنا النقطة السابقة إلى نقطة أخرى مفادها أن الزيادة المحمومة في إطلاق القنوات الفضائية العربية التي لا يوجد لإطلاقها المبررات الاقتصادية والتزايد السريع وغير المحسوب للقنوات الفضائية العربية، وفي ظل تواضع حجم الإنفاق الإعلاني الكلي في المنطقة العربية مقارنة بأسواق ودول أخرى ، ستؤدي مع الأيام إلى تفتيت الإنفاق الإعلاني للحد الذي قد يصل إلى الصراع السلبي، مما ينعكس سلبياً على صناعة الإعلان نفسها، وتدني قيمتها وإمكانية تجاوزها لأخلاقيات المهنة، مع عدم الالتزام بالضوابط الأخلاقية والقواعد المنظمة لها.

- بالرغم من أن المخطط الإعلاني يدرك أهمية وجود اختلاف في الخصائص الديموجرافية والنفسية والاجتماعية بين مشاهدي القنوات الفضائية العربية الخاصة مقارنة بالحكومية، والمفتوحة مقارنة بالمشفرة، مما يقتضي وجود اختلاف في المداخل التأثيرية والإقناعية للرسالة الإعلانية المستخدمة، وخاصة الأوتار والاستمالات العاطفية المستخدمة فيها بغض النظر عن تطابق السلعة أو اختلافها، إلا أننا نجد أن السياسة الإعلانية في التعامل مع قنوات يفترض أن لها خصوصيتها غير مكتملة الأبعاد؛ حيث إنه لا يوجد اختلاف واضح بين نوعية السلع

الخاصة المعلن عنها في القنوات المشفرة والمفتوحة، بالرغم من أنه يفترض زيادة إعلانات الخدمات المشفرة عنها في المفتوحة، بحكم الافتراض النظري لارتفاع المستويات الاقتصادية نسبياً لمشتركي القنوات المشفرة، مما يجعلنا نخلص إلى القول: إن التعامل مع القنوات الفضائية رغم تميز مشاهديها لا يزال يتم كما لو أنها قنوات جماهيرية لا تختلف في خصائصها كثيراً عن التليفزيون الأرضي، وبالتالي فإن استراتيجية الوصول الواسع مقارنة بالتكلفة هي التي كانت وراء اختيار المعلنين لها، وليس تبعاً لمعيار التكلفة في ضوء التأثير الفعال.

- إن شعار الربح، وتوفير مصادر التمويل خصوصاً بالنسبة للقنوات الفضائية العربية جعلها تلجأ لرسائل "SMS" الهاتفية من التليفونات المحمولة والنقالة بغية تحقيق دخل إضافي لها عبر عرضها في شريط خاص "Bar News"، وإذا لم نكن بصدد الاستعمال الخاطئ لهذا الشريط، فإنه لا بد من الإشارة إلى المحتوى الذي يقدمه من عبارات جارحة، وأسلوب فج وكلمات خارجة عن الذوق والأدب، وعادات وتقاليد المجتمع العربي والإسلامي، هدفها تعرف الشباب على الفتيات أو العكس أو تقديم الإهداءات والانتقادات بطريقة مستفزة، حتى إن بعض المحطات ذهبت إلى أبعد من ذلك حين خصصت محطة خاصة للدردشة غايتها فقط التعارف، وتناقل مثل هذه العبارات. ويرى البعض أن المحطات العربية تفننت في محاولة جذب هذه الرسائل، حتى أن محطة مثل قناة الهوا سوا كانت تغري مشاهديها بإرسال الرسائل عبر الطلب من الفتيات في المنزل للرد على هذه الرسائل، بما يحقق ميزة للمشاهد المرسل متمثلة بأن رسالته لا ترى فقط بل تقرأ وتسمع، ويرد عليها من قبل فتيات في سن الزواج. ولقد أعاد مضمون الرسائل القصيرة في معظم الفضائيات ودون استثناء تقريباً المحطات العربية الفضائية إلى زمن بداية الراديو حين كان من يمتلك بضع دولارات

قادراً على تأجير موجة خاصة به ليبث ولهه وشجونه وشوقه لمعشوقته دون أي رقابة من الآخرين، أو احترام لمشاعرهم!!.

- إن أسلوب المحطات الفضائية لكسب هواتف المشاهدين تجاوز كل الحدود عبر التصويتات والآراء والاختيار بين الصوت الأجمل والجسد الأنحل والرنة الأفضل والأغنية الأعزب، حتى أضحت عبارة "اتصل الآن" التي لا يمكن لمتتبع للفضائيات العربية بسرعة كبيرة إلا أن يصادفها خلال ثوان مرات عدة توازي عبارة "ادفع حالاً"، وغدت العبارتان تحملان البعد نفسه، وهو ما لا نراه في المحطات الأجنبية التجارية التي اخترعت هذه المسائل ذاتها، باستثناء المحطات الجنسية البحتة ذات المستوى القيمي المتدني، والتي لم تصل أي من فضائياتنا العربية بعد إلى هذا المستوى، ونرجو ألا نصل إليه أبداً.

(٦) السلبيات المتعلقة بالتأثير على الخدمات الوطنية المحلية:

- إن رحلة القنوات الفضائية عابرة الحدود سواء ذات الخدمات العامة أو المتخصصة ، سوف تؤدي إلى انحسار الاهتمام الجماهيري بالخدمات المحلية والوطنية، وتقلص أعداد الجماهير التي تشاهد برامج الشبكات الرئيسية، وخدمات التليفزيون العامة، التي تعمل بنظام البث الهوائي التقليدي، ويتحدث البعض عن نهاية عصر الخدمات التليفزيونية العامة!!.

- إن الجاذبية التي تتمتع بها القنوات الفضائية لا تؤدي إلى إبعاد المواطن عن وسائله المحلية فحسب، بل تؤدي كذلك إلى إلهائه عن واقعه المحلي ومشكلاته العالقة فيه، مما يقود إلى تغييب الوعي والإدراك الكامل عن قضايا المجتمع المحلي وأدواته، بما فيها وسائل الإعلام فيه.

- أدى انتشار القنوات الفضائية بالرغم من تجزئة الجمهور إلى أن العالم أصبح أصغر، وتراجع مفهوم القومية، والسيادة الوطنية، وانحسرت

تدريجياً سلطة الدولة، مع تغير المفاهيم السابقة، فأضحت السيادة ليست مجرد سلطة وأسلاك شائكة، بل أصبحت تعتمد بشكل أساسي على قدرة السيطرة على المعلومات.

- وكما أسلفنا؛ فإن معالجة ذلك بمزيد من القنوات الفضائية سيكون مجرد تقليد أعمى لا يعكس فلسفة واضحة أو أهدافاً محددة، ويقفز على حاجات أكثر أهمية، بما يراعي مصلحة جماهير تلك الدول كونها كانت أولى بالاهتمام، فالكثير من الدول العربية كان لديها بالتأكيد أولويات شعبية ملحة أكثر من إطلاق العشرات من القنوات الفضائية العامة والمتخصصة!!.

(٧) السلبيات المتعلقة بمستوى خدمة الثقافة والهوية العربية، والعمل العربي المشترك:

- لقد كان من أهم متطلبات البث الفضائي العربي عند بدايته تفعيل آليات التبادل الإخباري والبرامجي بين الدول العربية وزيادة التعاون فيما بينها، على نحو يماثل التعاون الإعلامي الأوروبي الذي يحققه النظام الإخباري لشبكة اليورفيزيون الأوروبية. وعلى الرغم من بدء المحطات التليفزيونية العربية في تبادل الرسائل الأسبوعية والرزم الإخبارية، إلا أن النتائج التي تحققت من خلال التبادل الإخباري بين الدول العربية لم ترقَ إلى حجم التوقعات، ففي الفترة من عام ١٩٩٠ إلى عام ١٩٩٣ بلغ عدد الأخبار التي تم تبادلها عبر القمر الصناعي العربي "عربسات" ٢٠٨٥ خبراً فقط، كما أن معظم هذه الأخبار اتسم بطابع سياسي جامد يعكس توجهات الدولة المرسلة، ولا يخاطب متطلبات واحتياجات المشاهد العربي.
- إن النقطة السابقة تقودنا إلى : أنه باستثناء "المسلسلات والأفلام العربية" يكاد ينعدم التبادل العربي في مجال الإنتاج التليفزيونى من

خلال القنوات الفضائية العربية، فرغم مئات التوصيات التي نادت بضرورة زيادة التبادل العربي في مجال الإنتاج الإعلامي، وما كان يتوقع تحققه بدرجة كبيرة بظهور القنوات الفضائية العربية، إلا أن ذلك لم يتحقق بشكل كاف سوى في مجالي المسلسلات والأفلام العربية، ويمثل الإنتاج المصري المصدر الرئيسي لهما في مختلف القنوات العربية!!.

- إن العالم العربي يحق له أن يتوجس خيفة بعدما أطلقت إسرائيل - العدو الأول للعرب - سلسلة أقمار الفضاء الصناعية "عاموس AMOS" لتغطي الشرق الأوسط، وأفريقيا، وسيزداد هذا التوجس كلما أطلقت دولة من دول الجوار أقمارًا صناعية، كأقمار زهرة الإيرانية، والأقمار التركية سات التركية، وغيرها من الأقمار.
- في الوقت الذي كان يتوقع أن تكون القنوات الفضائية العربية (الحكومية تحديداً) سبيلاً للتواصل الثقافي والحضاري بين المواطنين العرب في شتى أنحاء العالم، وأدوات للدفاع عن الثقافة والهوية العربية، فإن الواقع يكذب ذلك، بل ربما يدفعنا إلى القول: إن هذه القنوات العربية- قد يسهم بعضها- في مزيد من التشويه للثقافة العربية، ومزيد من التباعد بين الجماهير العربية، وربما يتضح ذلك من خلال:

- استخدام القنوات الفضائية العربية للهجات المحلية في تقديم برامجها، في حين يندر أو يقل استخدام اللغة العربية الفصحى، والتي كان من الممكن أن تكون القنوات الفضائية أفضل الأوعية التي تعيد الحياة لها على ألسنة المشاهدين العرب، فمع انتشار الفضائيات العربية أصبحت اللهجات العربية أكثر شيوعاً في إطار الرغبة في تأكيد وجود الثقافات الفرعية داخل الثقافة العربية، الأمر الذي يقوض أحد أسس الوجود العربي ذاته، ويدعم تناحر الثقافات العربية الفرعية،

فعلى سبيل المثال يقول رئيس تحرير جريدة الشرق الأوسط السعودية السابق: (إن لدينا أكبر بنوك، وأكبر الشركات التجارية العربية، فلماذا لا يكون لدينا أكبر الصحف ووسائل الإعلام، ومنذ عشرين عاماً كنا نخضع لتوجيهات إذاعة القاهرة، ومحمد حسنين هيكل رئيس تحرير جريدة الأهرام، أما الآن فقد حان دورنا، إنه عصرنا نحن، وهذا هو الاتجاه السعودي). إن هذه المقولة – بالإضافة إلى الأبعاد السياسية التي تحملها- تنطوي على أبعاد ثقافية، فهي تعكس واقعاً حقيقياً في صناعة الإعلام العربي في التسعينيات من القرن الماضي.

- مجاراة الأسلوب والنموذج الغربي فيما تقدمه بعض القنوات العربية من مواد وبرامج سواءً في محتوى تلك البرامج أو مسمياتها أو طريقة تقديمها.
- افتقاد بعض القنوات العربية للهوية فيما تقدمه من موسيقى وأغنيات جرياً وراء تقليد كل ما هو أجنبي وغربي، سواء في أشكال المذيعات، أو أسماء البرامج ومضامينها.

- في الوقت الذي تهاجم فيه القنوات الفضائية العربية مثيلاتها الأجنبية بدعوى تهديدها لعناصر ومقومات ثقافتنا العربية والإسلامية، وتقديمها لمواد تتنافي مع قيمنا وأخلاقنا وتراثنا الحضاري، فإن بعض القنوات الفضائية العربية تقدم بين برامجها ما هو أكثر خطورة وتهديداً لتلك القيم والأخلاقيات، فالمتابع لبعض قنوات الأغاني الفضائية العربية لا يكاد يلمس فارقاً كبيراً بين ما تقدمه تلك القنوات من كليبات فاضحة، وبين ما تقدمه القنوات الإباحية.
- تكشف مطالعة خريطة القنوات الفضائية العربية عن تواضع نسبة المواد والبرامج الدينية باستثناء بعض القنوات الفضائية العربية

المتخصصة، إذ يقتصر بعضها على تقديم القرآن الكريم في بداية ونهاية الإرسال فقط، كما أن البعض الآخر الذي يقدم مواد وبرامج دينية لا تزيد نسبتها على ٤ ٪ من جملة المواد والبرامج التي تقدمها، ولست أطالب بغلبة الطابع الديني على خريطة برامج القنوات العربية كضرورة لتأكيد هويتها الإسلامية، ولكن ألا يرى القائمون على هذه القنوات أن تقديم مثل هذه البرامج ربما يكون وسيلة جذب فعالة لقطاع كبير من المشاهدين العرب؟!

- إن واقع البرامج الثقافية والتاريخية التي يمكن أن تعكس وتعبر عن الثقافة العربية في القنوات الفضائية الخاصة، ليس أحسن حالاً من مثيلاتها في القنوات الحكومية، فلا زالت الاعتبارات السياسية وتناحر الثقافات الفرعية داخل الثقافة العربية تلقى بظلال كثيفة وتجهض كل محاولات إنتاج برامج ثقافية وتاريخية برؤية عربية شاملة!!
- تتمتع القنوات الفضائية العربية الخاصة بقدر أكبر من الحرية إذا ما قيست بالقنوات الحكومية، وهذا يدعو للتفاؤل من باب كونها تمثل المال العربي عموماً، بعيداً عن سيطرة جهة عربية موحدة، مما وفر لها قاعدة شعبية أكبر، ودرجة أعلى من المصداقية لدى المشاهدين العرب الذين خنقتهم أجواء الرقابة والرأي الواحد، ولكن المتتبع لما تقدمه بعض هذه القنوات من برامج، وكيفية معالجتها لبعض القضايا يستطيع أن يكتشف – بسهولة– هويتها وتوجهاتها ومن يقفون خلفها، فالمتابع لقناة " الجزيرة " وسبل معالجتها الإخبارية للقضايا العربية، يستشعر أجواء الحرية والديمقراطية في طرح الرأي والرأي الآخر طالما كان الأمر لا يتعلق بالأحداث والسيادة القطرية ، كما أن قناة MBC وإن كانت قناة "خاصة" إلا إننا نلمس بوضوح انحيازها بشكل أو بآخر للآراء والمواقف ووجهات النظر السعودية، وكذلك المتابع لبرامج

وتوجهات بعض القنوات العربية الخاصة (ولا سيما الإخبارية منها) يلمس - على الفور- القوى الرسمية والحكومية التي تقف وراءها، مهما حاولت إخفاء ذلك!!.

- إن السباق المحموم بين الفضائيات العربية للبث لأبعد المناطق الجغرافية، والوصول إلى أوسع قطاعات الجمهور، جعل هذه الفضائيات تتعامل مع بعض الأقمار الصناعية، دون حساب خلفية هذه الأقمار، وطبيعة جمهورها، والحساسية التي يشعر بها الجمهور العربي من المحيط إلى الخليج تجاهها، مثل القمر الصناعي الإسرائيلي عاموس ١، الذي تبث عليه الفضائية الأردنية، وهذا يشكل اختراقاً للمقاطعة العربية للتعامل مع العدو الإسرائيلي، على صعيد بث الخدمات الفضائية، كما أنه يجعل من هذه القنوات التي تبث على قمر المحتل، تراعي عدم إظهار حقيقة الطبيعة العدوانية للعدو، من منطلق احترامها لملكية الموجة التي تطلق عليها إرسالها، وهو في حد ذاته عائق كبير أمام عمل هذه القنوات في الحفاظ على الهوية العربية وتشجيع العمل المشترك.

سبل التنسيق بين القنوات الفضائية العربية وضروراته:

كان التنسيق بين السياسات الثقافية والإعلامية – وما يزال- هدفاً طالما يسعى إليه المخلصون من أبناء هذا الوطن، وعلى كثرة ما أنشئ من منظمات ومؤسسات عربية على المستويين القطري والقومي، وعلى كثرة ما عقد من اجتماعات ومؤتمرات وما صدر عنها من قرارات وتوصيات، فإن ما تحقق على أرض الواقع في هذا المجال ربما لا يساوى حجم ما أنفق من أموال لإنشاء تلك المنظمات والمؤسسات، وإقامة تلك الاجتماعات والمؤتمرات.

ومع دخول المنطقة العربية عصر الفضاء، وامتلاكها التقنيات الحديثة في مجال الاتصال والمعلومات وما تتعرض له المنطقة العربية من تحديات على

المستويين الداخلي والخارجي، برزت الحاجة الملحة إلى ضرورة السعي إلى إيجاد تنسيق عربي في مجالات الثقافة والإعلام.

ومنذ أن بدأت الدول العربية تتجه لاستخدام الفضاء في البث الإذاعي والتليفزيوني، شكلت "اللجنة المشتركة لاستخدام القمر الصناعي العربي للإعلام والثقافة والتنمية" في عام ١٩٨٣، ولقد اهتمت هذه اللجنة بمناقشة وتطوير البرامج والمشروعات التي تهدف إلى تنظيم الإفادة من خدمات "الشبكة الفضائية العربية"، والبحث في إمكانية إنشاء قناة فضائية عربية موحدة.

وعندما بدأت الدول العربية في إطلاق قنواتها الفضائية وتزايد عددها بشكل كبير، دعت اللجنة الدائمة للإعلام العربي إلى عقد ندوة لبلورة أهداف التنسيق العربي في مجال القنوات الفضائية، وعقد أول اجتماعات هذه اللجنة في البحرين في يناير ١٩٩٥، وأسفر عن تشكيل "اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية".

وصدَّق وزراء الإعلام العربي في دورتهم الثامنة والعشرين على إنشاء هذه اللجنة، وعقد الاجتماع التأسيسي الأول لها في ٢٢ ديسمبر ١٩٩٥ بتونس، ودعا هذا الاجتماع الذي حضره ممثلو القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة إلى وضع تصور عملي لكيفية التنسيق بين هذه القنوات في ضوء الواقع الاتصالي العربي، وإيجاد الأهداف المشتركة التي يمكن أن تعمل هذه القنوات في إطارها، وقد عقدت اللجنة اجتماعها الثاني في البحرين خلال نوفمبر ١٩٩٨ لمناقشة التصور الذي تم التوصل إليه.

وقد نجم عن الاجتماع الأول للجنة المشار إليه عام ١٩٩٥ أن قام اتحاد إذاعات الدول العربية في العام التالي ١٩٩٦ بعمل نظام تبادل إذاعي عبر القمر الصناعي، الأمر الذي يعد البديل العلمي للطريقة التقليدية في تبادل المواد الإذاعية والتليفزيونية، والمتمثلة في نسخ الأشرطة ونقلها عبر البريد، كما كان

متبعاً منذ عام ١٩٨٥، لكن تبقى النتيجة مرتبطة بنوعية وحجم المضمون المتبادل، لا بآلية التبادل وأسلوبه.

الشاهد أن الاهتمام بإيجاد نوع من التنسيق بين القنوات الفضائية العربية أمر تفرضه ظروف المنافسة القوية التي تواجهها هذه القنوات من جانب القنوات الأجنبية " الغازية" التي تستهدف المشاهدين العرب في كل مكان، وتشكل – بصورة أو بأخرى- تهديداً للهوية والثقافة العربية والإسلامية لمجتمعاتنا.

ولا شك أن تطوير المضمون الثقافي والبرامجي للقنوات الفضائية العربية رهن بتجاوزها لمفهوم كونها أجهزة إعلام قطرية تمثل الدول التي تصدر منها، إلى كونها الجهاز العصبي للثقافة العربية التي يمكن للمواطنين العرب التجاوب معها، والتحصن خلفها لمواجهة التحديات السياسية والثقافية التي تحيط بهم.

ولست مع أولئك المغرقين في التفاؤل بصدد التنسيق بين القنوات العربية إلى الدرجة التي قد تصل بالبعض إلى تصور إمكانية ذوبان تلك القنوات في بعضها دفاعاً عن الهوية والثقافة العربية، أو توحيد الرؤى والاتجاهات في تلك القنوات إلى حد التطابق الكامل، بل إن المطالبة بإنشاء " قناة عربية موحدة " للتعبير عن الثقافة العربية أراه اتجاهاً سوف يلقى معارضة شديدة من جانب القنوات الفضائية العربية، بل ومن جانب العديد من الحكومات العربية، فلا زالت الاعتبارات السياسية، وتناحر الثقافات الفرعية على مستوى كل دولة عربية تفشل كل محاولات إنشاء قناة ثقافية عربية موحدة، ومن جهة أخرى موقف كل دولة عربية من البث الفضائي والاستقبال المباشر وأسلوب التعامل معه يختلف من دولة عربية إلى أخرى، إذ يتجه البعض نحو الانفتاح على كل ما يبث عبر الأقمار الصناعية، ويندمج معه ويقلده، بينما يقف آخرون موقفاً متزمتاً، ملتزماً بالخوف والحذر، من مجمل المواد القادمة، فيقوم بإنشاء شركات الكابل التي تستقبل البث الوافد، وتعمل هي على إيصاله للمنازل إثر عملية تصفية لهذه المواد، وحذف كل ما لا يتفق مع سياستها ووجهة نظرها.

ومن هنا فإن كل ما يمكن أن نسعى إليه – في ظل تلك الاعتبارات– هو إيجاد الحد الأدنى من التنسيق بين القنوات الفضائية العربية، وخلق المجالات التي يمكن أن تشهد تنسيقاً وتكاملاً فعالاً بين تلك القنوات بعيداً عن المحاذير السياسية ومناطق الخلاف الفكرية والأيديولوجية والعقائدية.

وثمة بعض الأفكار والأطروحات التي أرى أنها ربما تكون نوافذ لتحقيق مثل هذا التعاون والتنسيق:

- إن القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة مدعوة إلى تحمل جزء من مسئولية بناء الشخصية العربية، وتحصينها ضد محاولات الغزو الثقافي، وتهديد الهوية الثقافية للشعوب العربية، وذلك بتقديم برامج ومواد تسهم في إرساء قواعد هذا البناء بالقدر الذي لا يصطدم بأهداف وتوجهات تلك القنوات.
- إن القنوات الفضائية العربية ينبغي عليها مراعاة الاتساق والتكامل بين ما تقدمه من مواد وبرامج، وما تدعو إليه من قيم وأفكار مع ما تتضمنه برامج المؤسسات الثقافية والتربوية والدينية الأخرى في المجتمعات العربية حتى نتمكن – في النهاية– من خلق شخصية سوية متسقة مع نفسها ومع مجتمعها.
- إن القنوات الفضائية العربية مدعوة لأن تكون منابر تحمل الثقافة الإسلامية والعربية، وتنهل من معين التراث العربي والإسلامي لتحقيق التقارب العربي، وهذا مجال متسع يتيح لهذه القنوات فرصاً عظيمة لتطوير إنتاجها البرامجي، وتحقيق تميز يعز على المنافسة من جانب غيرها من القنوات.
- إن القنوات الفضائية العربية مدعوة إلى الإسهام في التصدي للمشكلات الحيوية الرئيسية التي تعوق عمليات التنمية في المجتمعات العربية، وعلى رأسها مشكلة الأمية، فالعار كل العار أن يدخل عالمنا العربي

إلـى القرن الحـادي والعشرين وأكثر من نصف أبنائه أميون، ولا يشفع لنا هنا ما نملكه من أقمار صناعية ولا ما نطلقه من قنوات فضائية !!.

- يجب تشجيع القنوات الفضائية العربية على الاهتمام بمشاريع الإنتاج التليفزيونـي المشترك، بهدف إنعاش صناعة البرامج التليفزيونية على المستوى العربى، وتحقيق التكامل والتعاون في هذا المجال. ولعل من أهم الموضوعات القابلة للإنتاج البرامجي المشترك:

١- الأفلام التسجيلية والوثائقية.

٢- برامج الأطفال والكارتون.

٣- البرامج الثقافية.

٤- الدراما التاريخية التي تستلهم أحداثها من التراث العربي والإسلامي.

٥- بـرامج الـندوات والمناقشات التـي تتـناول موضـوعات وقـضايا تـهم المواطنين العرب في شتى المجالات.

- التأكيد على ضـرورة الإسـراع في إصـدار ميثاق شرف إعلامي عربي تلتزم به كل القنوات الفضائية العربية يتضمن:

- دعـم الحـرية المهـنية التـي يتمـتع بهـا العاملـون فـي مجـال الـبث الفضائي حتـى ينهضوا بالقيام بمسئولياتهم الإعلامـية علـى أكمـل وجه.

- ضـمان حق المواطن العربي في الحصـول علـى إعلام موضوعي متوازن يخدم الأهداف العليا للأمة العربية.

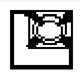
- احترام الخصـوصية الثقافية لكل دولـة عربية، والالتزام بعدم تقديم ما يسيء إلى الشعب أو عرق عربي، أو يثير نـعرات شعوبية تؤدى إلـى المساس باستقرار الأوضـاع الـسياسية والاجتماعية فـي الـدول العربية.

- التزام القنوات الفضائية العربية بأداء حقوق التأليف والإبداع للمصنفات الفنية والبرامجية التي تقدمها، وسن تشريعات تجرم عمليات السطو والقرصنة في هذا المجال.

• ضرورة السعي إلى إنشاء قنوات فضائية عربية وإسلامية تبث إرسالها باللغات الأجنبية يكون هدفها التعريف بثقافتنا وحضارتنا وقيمنا لدى الشعوب الأخرى، ولعل هذا هو السبيل الأمثل للتصدي للقنوات الفضائية الأجنبية، والرد الحقيقي على ما تقدمه وسائل الإعلام الأجنبية من تشويه للشخصية والثقافة الإسلامية.

وإلى أن يتم ذلك فعلى القنوات الفضائية العربية الحالية العمل على إذاعة ترجمة باللغات الأجنبية لبعض البرامج ذات الصبغة الثقافية والحضارية ليستطيع المشاهدون غير الناطقين بالعربية، وأبناء الجيل الثاني للمغتربين العرب متابعتها. ويذكر في هذا المجال أنه لا يجب أن نغفل تجربة ودور بعض القنوات العربية الحكومية في أداء هذه المهمة عبر بث برامجها باللغات الأجنبية بما يشكل تجارب رائدة في مجال مخاطبة غير الناطقين بالعربية، ومنها على سبيل المثال لا الحصر:

- قناة النيل الدولية.
- القناة السعودية الثانية.
- قناة دبي ٣٣ الفضائية.
- قناة البحرين ٥٥ الفضائية.
- النسخة المترجمة لقناة اقرأ الإسلامية على القمر الصناعي الأوروبي الهوت بيرد.



ملخص الوحدة الثانية

تلك هي أهم بعض السمات والخصائص التي يمكن رصدها على القنوات الفضائية العربية، بكلا نوعيها:

- القنوات الفضائية العربية ذات الطابع الرسمي، والتي خرجت من تحت عباءة الحكومات العربية، وورثت كل سلبيات النظم الإعلامية لتلك الحكومات، فجاءت – في كثير من الأحيان– صورة ممسوخة وباهتة لقنوات التليفزيون العربية الأرضية، وافتقدت – في معظمها– آليات السوق وعناصر المنافسة الشرسة في ميدان الإعلام الدولي الفضائي.
- القنوات الفضائية العربية الخاصة التي بالرغم من تميز بعضها، وتملكه أحدث تكنولوجيا الاتصال وتجاوز بعضها الآخر لأخطاء القنوات الفضائية العربية الحكومية، إلا أن المنافسة المحمومة لم توظف بالشكل السليم، وخاصة في مجال تقاسم سوق الإعلان الذي فرض عليها نمطاً من البرامج جاء بعضها يحمل تقليداً أعمى لقنوات أجنبية ذات طبيعة وجمهور مختلف، وجاء الآخر مسطحاً وبعيداً عن مشاكل وهموم المجتمع العربي، مع واجب استثناء بعض التجارب الناجحة، سواء بالنسبة لقنوات الخدمة العامة، أو لقنوات الخدمة المتخصصة، وينطبق ذلك على المحطات غير المشفرة، أو محطات الخدمة مقابل أجر.

وعموماً تبقى القنوات الفضائية العربية الخاصة أوفر حظاً من مثيلاتها الرسميات، ذلك أنها أنشئت بعيداً عن السيطرة الحكومية بدرجات متفاوتة، كما أن سعيها الدؤوب للمنافسة دفعها إلى إجراء دراسات متأنية لآليات السوق، ورغبات وأذواق الجمهور المستهدف مما دفعها إلى توفير أحدث تقنيات العمل التليفزيوني، إلى جانب استقطاب أفضل الكوادر الإعلامية والفنية مما انعكس سلباً على المستوى البرامجي للقنوات الحكومية.

وقد تشهد المنطقة العربية قريباً ظاهرة الانتقال من تملك كل دولة عربية لقناة فضائية أو منظومة قنوات متعددة الخدمات، إلى تملك كثير من دولنا العربية لقمرها الصناعي الخاص، وهذا سينقل العرب إلى مرحلة جديدة لها إفرازاتها وانعكاساتها الجدية على الفضائيات العربية خصوصاً، والمجتمع العربي بمؤسساته وقوانينه ونظمه الإدارية والاقتصادية والاجتماعية وحتى السياسية على وجه العموم ، ودليل بداية التوجه نحو هذه المرحلة محاولة النظام العراقي السابق قبل سقوطه إطلاق سلسلة أقمار بابل، وتخطيط المملكة العربية السعودية لإطلاق قمر صناعي خاص بها باسم (Sabs) بالتنسيق مع منظمة انتلسات في حيز ku، ويتخذ الموقع المداري ١٩ درجة شرقاً على ارتفاع ٣٦,٠٠٠ كيلو متر لتغطية المملكة العربية السعودية والخليج وأجزاء من الدول المجاورة، وقد تم بالفعل تسجيل المشروع لدى الاتحاد الدولي للمواصلات السلكية واللاسلكية تمهيداً لإدخاله حيز التنفيذ، وغيرها من الخطوات العربية في هذا الدرب والتي جرى التحضير والتخطيط لها وقطع الخطوات الأولى نحوها، سواء المعلنة أو غير المعلنة والتي ما تزال في طور الإعداد.

خلاصة القول: إن القنوات الفضائية تظل ضرورة عصرية وهامة، وتبقى خطوة لازمة لمواكبة التطور الذي يدور حولنا، وبالتالي يجب الاهتمام بها في مختلف المجتمعات، لكن على أن يُرشد إنشاؤها بما يخدم مصالح كل مجتمع ويحقق أهدافه، بعيداً عن التقليد الأعمى الخارجي الذي ظهر في البلدان الأصلية، ومن هنا فإنه يتوجب ترتيب أولويات الفضائيات العربية في نوعية وطبيعة تلك القنوات، مع إيجاد السبل والضوابط التي تمكن من وصول خدماتها الضرورية لجماهير هذه الدول دون تفرقة، إضافة إلى الحفاظ على قدر من الولاء لوسائل الإعلام الوطنية، وهذا كله يجب أن يسبقه عدد من الدراسات المعمقة على الجمهور المستهدف واحتياجاته.

مراجع وهوامش الوحدة الثانية

أولاً - الكتب العربية:

١) أحمد أحمديت: العرب واستخدامات الفضاء: تجربة أم تجريب، ***مرجع سابق***، (١٩٩٧).

٢) أحمد صالح البطاينة: ***الإعلام الثقافي عنصر في التنمية***، (تونس: الثقافة ودورها في التنمية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الدورة ١٠، ١٩٩٦).

٣) أحمد مجدي حجازي: ***الثقافة العربية في زمن العولمة***، (القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر، ٢٠٠١).

٤) برهان غليون: ***العولمة وحوار الثقافات***، (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، مستقبل الثقافة العربية في القرن الحادي والعشرين، ١٩٩٨).

٥) جيهان رشتي: ***دور المؤسسات المختلفة في مواجهة البث المباشر***، في: حق الطفل في إعلام رشيد، (القاهرة: ندوة بالوزارة المصرية للعمل والشئون الاجتماعية، يناير ١٩٩٤).

٦) زياب مخادمة: ***الثقافة العربية والعولمة***، (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، مستقبل الثقافة العربية في القرن الحادي والعشرين، ١٩٩٨).

٧) سامر غيوض: التقنيات الجديدة في ثورة الاتصال المعاصر، ***مرجع سابق*** (١٩٩٨).

٨) سعد لبيب: ***السياسات العربية في ضوء تطوير التقنيات الحالية والمستقبلية في مجال الاتصال***، (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الثقافة ووسائل نشرها في الوطن العربي، ١٩٩٤).

٩) سعيدة نجيدة: ***العولمة وحرية الإعلام***، (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠١).

١٠) الطيب الجويلي: ***البث الإعلامي عن طريق الأقمار الصناعية والإعلام العربي***، (لبنان: دار المسيرة للصحافة والطباعة والنشر / تونس: مؤسسة سعيدان للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩١).

١١) عبد الفتاح عبد النبي: ***تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق***، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٠).

١٢) عبد الله زلطة: ***الإعلام الدولي في العصر الحديث***، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠١).

١٣) عزام المحجوب: ***وجهة نظر اقتصادي عربي في قضايا الثقافة والتنمية***، (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، مؤتمر الوزراء المسؤولين عن الشؤون الثقافية في الوطن العربي، الثقافة ودورها في التنمية، الدورة ١٠، ١٩٩٦).

١٤) عواطف عبد الرحمن: ***قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث***، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٧).

١٥) كميل حبيب: ***الثقافة عامل أساسي في التنمية الشاملة***، (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، مؤتمر الوزراء المسؤولين عن الشؤون الثقافية في الوطن العربي، الثقافة ودورها في التنمية، الدورة ١٠، ١٩٩٦).

١٦) مبارك ربيع: ***ثورة الاتصال وظاهرة العولمة الثقافية***، (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الألسكو،١٩٩٤).

١٧) مجد هاشم الهاشمي: الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، ***مرجع سابق***، (٢٠٠١).

١٨) محمد سيد محمد: ***الإعلام والتنمية***، (القاهرة: دار المعارف، ١٩٧٩).

١٩) محمد عابد الجابري: ***المسألة الثقافية***، سلسلة كتب الثقافة، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، عدد ٢٥، (١٩٩٤).

٢٠) محمد عابد الجابري: ***عشر أطروحات في العرب والعولمة***، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٨).

٢١) مصطفى النشار: ***في فلسفة الثقافة***، ط١، (القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٩).

٢٢) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: ***الخطة الشاملة للثقافة العربية***، (المنظمة العربية للثقافة والتربية والعلوم، ١٩٩٧).

٢٣) يحيى اليحياوي: ***العولمة ورهانات الإعلام***، كتاب نصف الشهر، (المغرب: سلسلة الشراع، وكالة شراع لخدمات الإعلام والاتصال، يونيو، ١٩٩٨).

ثانياً-الكتب المعربة:

١) فورستر كريس، تعريب سامح سليمة: عام ٢٠٠٢-٢٠٠٣، ٢٠٠ قناة تليفزيونية جديدة، ***مجلة ستالايت جايد***، (القاهرة: مجلة ستالايت جايد، العدد ٥١٥، في ٧/١٩/ ٢٠٠٣).

٢) هانس بيتر، هارالد شومان، تعريب عدنان عباس: ***فخ العولمة، الاعتداء على الديموقراطية والرفاهية***، كتاب عالم المعرفة، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، عدد ٢٣٨، يناير (١٩٩٨).

ثالثاً- الأبحاث العربية غير المنشورة:

١) سامي محمد ربيع الشريف: ***الثقافة والإعلام والواقع العربي***، (القاهرة: مجموعة أبحاث غير منشورة، جامعة القاهرة، ١٩٩٩).

٢) سامي محمد ربيع الشريف: القنوات الفضائية العربية والحفاظ على الهوية، ***مرجع سابق***، (١٩٩٩).

٣) نهى عاطف العبد، علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية العربية، ***مرجع سابق***، (٢٠٠٣).

٤) هبة شاهين: "استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية"، ***مرجع سابق***، (٢٠٠٢).

رابعاً- الأبحاث والمواد الصحفية العربية المنشورة:

١) أحمد العاقد: من نسق الانغلاق إلى نسق الانفتاح: عن التواصل الثقافي في القنوات الفضائية العربية، ***المجلة العربية للثقافة***، (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، السنة ١٦، عدد ٣٣، سبتمبر ١٩٩٧).

٢) ألفت حسن آغا: ***البث المباشر والهوية الثقافية***، (القاهرة: مجلة الدراسات الإعلامية، عدد ٧٩، إبريل- يونيو، (١٩٩٥).

٣) حسن عماد مكاوي: ***البث الفضائي وانعكاساته على الواقع الثقافي***، (الإسكندرية: الثقافة والإعلام، دراسات وبحوث مؤتمر أدباء مصر بالأقاليم، دورة ١٢، الهيئة العامة لقصور الثقافة، عدد١، ١٩٩٧).

٤) حسين العودات: كيف يمكن أن نجعل القنوات الفضائية العربية أداة للتعريف بالثقافة العربية والإسلامية، ***المجلة العربية للثقافة***، (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، السنة ١٦، عدد ٣٣، سبتمبر، ١٩٩٧).

٥) حمدي حسن: ***الإعلام العربي: الفرص والتحديات في النظام الإعلامي العالمي الجديد***، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الأول لقسم الدراسات الإعلامية العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، (معهد البحوث والدراسات العربية: قسم الدراسات الإعلامية العربية، مارس ٢٠٠٠).

٦) حمدي قنديل: البث المباشر غزو ثقافي ولكن، ***مجلة تليفزيون الخليج***، (الرياض: العدد١، يناير ١٩٩١).

٧) رضا التليلي وآخرون: الإعلام الثقافي في الوطن العربي، ***المجلة العربية للثقافة***، (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، السنة ٢، العدد ١٥، سبتمبر ١٩٨٨).

٨) زكي جابر: قراءة في المضمون الثقافي والإعلامي في القنوات الفضائية العربية ، ***المجلة العربية للثقافة***، (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، السنة ١٦، عدد ٣٣، سبتمبر (١٩٩٧).

٩) سامي عبد العزيز: ***اتجاهات الإعلان التجاري في الفضائيات العربية***، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني لقسم الدراسات الإعلانية، معهد البحوث والدراسات العربية، (معهد البحوث والدراسات العربية: قسم الدراسات الإعلانية، مارس ٢٠٠٠).

١٠) سامي محمد ربيع الشريف: ***رؤية لدور الراديو في التنمية الثقافية***، (الإسكندرية: الثقافة والإعلام بين الواقع والطموح، دراسات وبحوث مؤتمر أدباء مصر في الأقاليم، الدورة ١٢، الهيئة العامة لقصور الثقافة، عدد٣، ١٩٩٧).

١١) سامي محمد ربيع الشريف، القنوات التليفزيونية المتخصصة، رؤية نقدية، ***مرجع سابق*** (١٩٩٩).

١٢) عبد الحفيظ هرقام: نظام تبادل البرامج الإذاعية عبر الساتل، ***مجلة الإذاعات العربية***، (القاهرة: مجلة الإذاعات العربية، العدد ١، ٢٠٠٠).

١٣) مجلة فضائيات: ***رفض طلبات لإنشاء فضائيات خاصة في اليمن***، (القاهرة، مجلة فضائيات، السنة الأولى، العدد الثاني، أبريل ٢٠٠٤).

١٤) مجلة فضائيات: ***نيوز أون لاين***، (القاهرة، مجلة فضائيات، السنة الأولى، العدد الثاني، أبريل ٢٠٠٤).

١٥) محمد صالح الجابري: القنوات الفضائية العربية في خدمة الثقافة العربية والإسلامية، ***المجلة العربية للثقافة***، (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، السنة ١٦، عدد ٣٣، سبتمبر، ١٩٩٧).

١٦) محمد مصطفى القباج: الثقافة ظاهرة دائمة تتطور إلى الأمام أو تتطور، ***جريدة العلم***، (المغرب: العدد ١٨٤٥٧، الاثنين ٢٧ نوفمبر، ٢٠٠٠).

١٧) مرسـي سـعد الـدين: ***الثقافة والإعلام وجهان لعملة واحدة،*** (الإسكندرية: الثقافة والإعـلام بـين الواقـع والطموح، دراسات وبحوث مؤتمر أدباء مصر بالأقاليم، دورة ١٢، الهيئة العامة لقصور الثقافة، عدد١، ١٩٩٧).

١٨) مـصطفى المصمودي: الأمن القافي في المجتمع الإعلامي، ***المجلة التونسية لعلوم الاتصال،*** (تونس: معهد الصحافة وعلوم الأخبار، ١٩٩٧).

١٩) مـصطفى مـبارك: التكامل بين الإعلام والثقافة، ***المجلة العربية للثقافة،*** (تونس: المـنظمة العـربية للتربية والثقافة والعلوم، السنة ١٧، العدد ٣٥، تونس، سبتمبر، ١٩٩٨).

٢٠) منـى سـعيد الحديـدي: نحـو خطـة قومية لتحقيق التكامل بين السياسات الثقافية والـسياسات الإعلامية في الوطن العربي، ***المجلة العربية للثقافة،*** (تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، السنة ١٧، العدد ٣٥، سبتمبر، ١٩٩٨).

٢١) نواف عدوان: الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للبث الأجنبي الوافد، ***مجلة الإذاعات العربية،*** (القاهرة: مجلة الإذاعات العربية، العدد ١، ١٩٩٦).

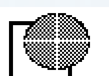
٢٢) نـوال محمـد عمـر: ***العلاقة بين الثقافة والإعلام المرئـي،*** (الإسكندرية : الثقافة والإعـلام بـين الواقع والطموح، دراسات وبحوث مؤتمر أدباء مصر في الأقاليم، الدورة ١٢، الهيئة العامة لقصور الثقافة، عدد١، ١٩٩٧).

خامساً-الكتب الأجنبية:

1) Wilson Dizard, Jr. ***Old Media, New Media: Mass Communication In The Information Age***, 2nd ed, Longman, (1997).

سادساً- مراجع شبكة الانترنت

1) **http://www.sat-address.com/om/gk/jordan-satellite-channel.shtml.** In: (12/2/2004).



الوحدة الثالثة

الإذاعات الموجهة.. أداة من أدوات الإعلام الدولى

الأهداف السلوكية :

بعد دراسة هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادرًا على أن :

١. يذكر البدايات الصحيحة للإذاعات الموجهة.
٢. يفرق بين الأنماط المختلفة للإذاعات الموجهة.
٣. يتعرف كيفية التخطيط الجيد للإذاعات الموجهة.
٤. يبين الأسس التى يخضع لها التخطيط للعمل فى الإذاعة الموجهة.
٥. يحدد العوامل التى تسعى إليها الإذاعات الموجهة.

العناصر:

- بداية الإذاعات الموجهة.
- أنماط الإذاعات الموجهة:
  - الإذاعات الموجهة بصفة رسمية.
  - الإذاعات السرية.
  - إذاعات القرصنة.
- التخطيط للإذاعات الموجهة.
- ملخص الوحدة الثالثة.
- أسئلة على الوحدة الثالثة.
- الإجابة عن أسئلة الوحدة الثالثة.

المفاهيم الرئيسية:

الإذاعات الموجهة بصفة رسمية- الإذاعات السرية - إذاعات القرصنة.

الوحدة الثالثة

الإذاعات الموجهة.. أداة من أدوات الإعلام الدولى

بداية الإذاعات الموجهة:

تقوم الدول المختلفة بتنفيذ سياساتها الخارجية معتمدة على العديد من الوسائل الدبلوماسية والعسكرية والاقتصادية والإعلامية... وإن كان لكل من هذه الوسائل جوانب إعلامية ودعائية لا تخفى على أحد إلا أن الوسائل الإعلامية أصبحت - اليوم - واحدة من أهم وأبرز أدوات تنفيذ السياسة الخارجية ، وربما من أكثرها تأثيراً.

ومع تطور وسائل الاتصال الجماهيرى وتغلغلها، واقتراب العالم من كونه (قرية إلكترونية صغيرة) يتأثر كل جزء منها بما يحدث فى الأجزاء الأخرى ويؤثر فيها، أولت دول العالم المختلفة اهتماماً كبيراً بالدعاية الخارجية لتخلق لنفسها الوسيلة أو الأداة المناسبة من أجل كسب التأييد الشعبى لسياسة معينة. وبذا أصبحت الدعاية - بمعناها الحديث - أداة حيوية فى الدبلوماسية المعاصرة.

ولقد سخرت الدول الكبرى وسائل إعلامها لخدمة أغراضها الدعائية على المستوى الدولى ، سواء فى الصحف أو الكتب أو المعارض أو وسائل الإعلام الإلكترونية الحديثة، وأحرزت تقدماً هائلاً فى ميدان الدعاية الدولية، والترويج لسياستها، والدعوة لمذاهبها الفكرية.

وكان اختراع الراديو فى العشرينيات بداية لمرحلة جديدة من مراحل استخدام "الكلمة" وتوظيفها فى أغراض الدعاية والتوجيه. واستخدمت الإذاعة - منذ ذلك الوقت - فى عمليات الدعاية ونشر الشائعات وغسيل المخ استخداماً فعالاً. ولما تبينت الدول المختلفة الأهمية المطلقة للراديو كوسيلة فعالة من وسائل الإعلام والدعاية فى الداخل والخارج، وكأداة لبث المبادئ والأفكار، تسابقت هذه الدول لتطوير إذاعاتها بغية الإسهام فى الأحداث الدولية وإيصال

كلمتها وفرض سيطرتها على مسرح السياسة الدولية. وانعكس هذا التسابق فى اتجاهين :

* توجيه إذاعات خارج حدودها.
* متابعة كل ما تذيعه الإذاعات الأخرى وذلك بإنشاء أجهزة الاستماع السياسى لرصد ما تقدمه تلك الإذاعات.

وقد جاء بث الإذاعات خارج الحدود كهدف سعت لتحقيقه دول العالم المختلفة بعد سنوات قليلة جداً من اكتشاف موجات البث الإذاعى، واهتمت بهذا النوع من النشاط - فى بادئ الأمر - الدول العظمى التى كانت لها مستعمرات خارج حدودها، وكانت هولندا هى الرائدة فى هذا المجال ، حيث بدأت برنامجاً موجهاً إلى مستعمراتها فى جزر الهند الشرقية عام ١٩٢٧، وما أن حل عام ١٩٢٩ حتى كانت هناك خدمة إذاعية منتظمة باللغة الهولندية موجهة إلى المستوطنين الهولنديين فى تلك المستعمرات، وكانت تلك هى الخطوة الأولى لإنشاء الإذاعات الموجهة حيث تبعتها العديد من الدول الأخرى، ففى عام ١٩٢٩ بدأت هيئة الإذاعة البريطانية - B.B.C تجاريها على الموجة القصيرة إلا أن المشروع صادفته بعض العقبات المالية، فلم يظهر إلا فى عام ١٩٣٢،عندما بدأت بريطانيا إذاعة منتظمة بالإنجليزية فيما وراء البحار.

ولقد جاء اكتشاف الموجات القصيرة واستخدامها فى مجال البث الإذاعى أواخر العشرينيات من هذا القرن مواكباً للعديد من التحديات والصعوبات التى واجهتها الدول الاستعمارية الكبرى داخل مستعمراتها وإمبراطورياتها فيما وراء البحار، سواء بسبب ظهور القوميات الوطنية ومناداتها بالحرية والاستقلال، أو بسبب اعتراض الملونين على التفرقة العنصرية ومطالبتهم بالمساواة، أو بسبب تفكك عناصر الحكم الفردى ونشأة الدعوة لإشراك الشعوب فى الحكم.

وفـى ظـل تلـك الظـروف والـتحديات، رأت الـدول الاسـتعمارية الكبـرى أن لزاماً عليها اتخاذ بعض الإجراءات الدفاعية التى تحكم سيطرتها وقبضتها على مستعمراتها، وكـان من أهم تلك الإجراءات توجيه إذاعـات لمخاطبـة الـشعوب داخل المستعمرات باسم حكومات الدول المستعمرة، أو بهدف مخاطبة رعاياها المقيمين فـى تلك المستعمرات. فقد افتتحت فرنسا أول خدمة إذاعية موجهة لمستعمراتها عام ١٩٣١، كما أقامت بلـچيكا خدمة موجهة علـى الموجات القصيرة لمستعمراتها فى الكونغو.

وهكذا برزت الإذاعات الموجهة - بفضل الموجات القصيرة - كأداة فعالة من أدوات التأثير على الجماهير خارج حدود الدولة الباثة، ولجأت الدول المختلفة إلى استخدامها فى الوصول إلى الشعوب الأخرى مباشرة لشرح وجهات نظرها وسياستها وأفكارها. وأطلق مصطلح "الإذاعة الموجهة" على هذا النوع من الإذاعات المخصصة لأن تصل مباشرة إلى مستمعين فى الخارج من خلال الحدود الدولية. والبرامج الموجهة هى تلك البرامج التى توجه خصصياً للاستهلاك الخارجى، وهى ليست البرامج التى تسمع من دولة لأخرى بشكل عفوى أو دون تخطيط مسبق.

ومع نجاح الإذاعات الموجهة من الدول الاستعمارية الكبرى وسطوة تأثيرها، لم يعد الأمر قاصراً على تلك الدول صاحبة المستعمرات، بل وجدنا بعض الدول التى ليس لها مستعمرات ، ولكن لها رعايا فى مناطق بعيدة بدأت تستخدم الموجة القصيرة فى مخاطبة أولئك الرعايا، كما فعلت كل من سويسرا وتشيكوسلوفاكيا.

وازداد الاهتمام بالإذاعات الموجهة قبل وأثناء الحرب العالمية الثانية، فحينما نشبت الحرب عام ١٩٣٩، كانت هناك ٢٥ دولة فقط تقدم خدمات إذاعية موجهة خارج حدودها، ودخلت الإذاعات الألمانية معركة تنافس شديدة عبر الأثير مع هيئة الإذاعة البريطانية وإذاعات الحلفاء بهدف استمالة الجماهير فى

أوربا وبقية أنحاء العالم. وما أن انتهت الحرب العالمية الثانية حتى كانت هناك ٥٥ دولة توجه إرسالاً إذاعياً خارج حدودها، ووصل إجمالى عدد ساعات البث لتلك الإذاعات ٤٣٧٥ ساعة أسبوعياً.

ولقد لعبت الإذاعات الموجهة من دول الحلفاء ودول المحور دوراً بارزاً وهاماً فى حسم الحرب العالمية الثانية وتحديد نهايتها إلى الحد الذى قيل معه: إن هذه الحرب كانت - إلى حد كبير - حرباً دعائية قادها الراديو.

وعندما وضعت الحرب العالمية أوزارها، وشعرت دول العالم بشىء من الطمأنينة والأمن أوقفت إذاعاتها الموجهة للخارج فى محاولة منها للاهتمام بالشئون الداخلية لجماهيرها وإصلاح ما أفسدته الحرب... إلا أن هذا الوضع لم يستمر طويلاً ، إذ ما لبثت الحرب الباردة أن أطلت برأسها، ودخل المعسكران الغربى والشرقى فى صراع خفى وحاد ولكنه غير مسلح هذه المرة، فأعادت دول العالم إذاعاتها الموجهة وإن كانت طبيعة تلك الإذاعات قد تغيرت واختلفت عما كانت عليه إبان الحرب وقبلها، حيث ركزت إذاعات ما بعد الحرب على النواحى الأيديولوچية واتجه كل من المعسكرين إلى نشر مبادئه ومعتقداته ليزيد من دائرة نفوذه.

وواصلت الدول المختلفة اهتمامها بالإذاعات الموجهة لأسباب مختلفة ومتباينة، وفى ظل التطورات السريعة والمتلاحقة التى شهدتها عمليات وأجهزة البث الإذاعى وبسبب العديد من العوامل السياسية والاقتصادية الدولية - لم يعد النشاط الإذاعى لأية دولة قاصراً على تقديم خدماته على المستوى المحلى أو من خلال المحطات القومية فحسب، بل امتد هذا النشاط ليشمل توجيه إذاعات عبر الحدود الدولية لمخاطبة الشعوب الأخرى بصورة مباشرة.

وأصبحت الإذاعة بنوعيها القومى والموجه مظهراً من مظاهر السيادة والاستقلال واستكمال الشكل السياسى للدولة المعاصرة. ويصل عدد محطات

الإذاعة الموجهة فى عالمنا اليوم إلى أكثر من ١٥٠ محطة عالمية تذيع برامجها لمدة تزيد على أربعة وعشرين ألف ساعة كل أسبوع.

ولم تقتصر الإذاعات الموجهة على السعى لتحقيق الأهداف السياسية فحسب، بل ظهرت إذاعات موجهة لأغراض أخرى كالإذاعات الدينية والتجارية وغيرها.

وقد أدى نجاح الإذاعات الموجهة فى جذب أعداد كبيرة من المستمعين فى مختلف أنحاء العالم إلى قيام العديد من الدول بفرض إجراءات مختلفة من الحظر على تلك الإذاعات اختلفت أشكاله وأساليبه؛ كفرض الحظر على الاستماع لتلك الإذاعات أو حرمان المواطنين من أجهزة الراديو القادرة على استقبال الإذاعات الموجهة أو قصرها على الأجهزة السلكية، أو التشويش على الإذاعات الموجهة من الدول المعادية، أو بغيرها من إجراءات الحظر.

ورغم كل هذه المعوقات التى قد تبدو مؤثرة فى منع الإذاعات الموجهة من الوصول إلى جماهيرها وتحقيق أهدافها، فإن تلك المعوقات عجزت عن حجب الرسالة الإعلامية الإذاعية للدول الكبرى، وأكثر من ذلك فقد أثبتت الدراسات أنه كلما زادت شدة إجراءات الحظر والتشويش زاد عملياً معدل الاستماع للإذاعات المحظورة، وكثر تداول ما تذيعه من أخبار وتعليقات، بل إن هذه المواد كثيراً ما تأخذ شكل الشائعات المدمرة، فتصبح أشد خطورة من كونها مواد إذاعية عادية.

أنماط الإذاعات الموجهة:

ارتبطت نشأة الإذاعات الموجهة وتطورها - إلى حد بعيد - بتطور ظاهرة الصراع بكافة أنواعه ، فكانت انعكاساً مباشراً لها وتعبيراً عنها، سواء تلك المتمثلة فى الصراع السياسى أو الدينى أو التجارى أو غيره. وتحدد "الجهة المشرفة" على الإذاعات الموجهة الأهداف التى تسعى تلك الإذاعات إلى تحقيقها، والاستراتيجية البرامجية التى تضعها لتحقيق تلك الأهداف. وفى إطار

ذلك ، فقد اتخذت الإذاعات الموجهة أنماطاً وأشكالا مختلفة، كان العامل الأساسى فى التفرقة بينها هو جهة الإشراف، ومدى قدرة الإذاعة على الإعلان عن نفسها بشكل مباشر.

ويمكننا أن نفرق بين عدة أنماط للإذاعات الموجهة من هذا المنظور:

الإذاعات الموجهة بصفة رسمية:

وهى تلك الإذاعات معلومة المصدر والجهة، والتى تحمل صفة رسمية فتعلن عن هويتها وهوية الدولة أو المؤسسة أو الجهة التى تشرف عليها وتمولها. ويمكن أن نفصل بين نوعين من الإذاعات الرسمية.

(أ) الإذاعات الناطقة باسم الدولة: ولعل هذا الشكل كان من أقدم الأشكال التى عرفها العمل الإذاعى الموجه، فقد أدركت الدول المختلفة - منذ زمن بعيد - أهمية الراديو لتحقيق أهداف سياسية ودعائية على المستويين المحلى والدولى. وتسعى تلك الإذاعات إلى تحقيق أهداف الجهة المشرفة عليها وهى - هنا - الدول أو الحكومات الرسمية، ولقد ارتبط هذا الشكل من الإذاعات الموجهة بالدعاية المكشوفة أو العلنية التى تعلن عن مصدرها الحقيقى والهدف منها.

ولقد أصبحت الإذاعات الموجهة الرسمية صورة من صور اكتمال الشكل السياسى للدولة المعاصرة، وزاد عدد الدول التى تبث إرسالها عبر الحدود الدولية لأهداف سياسية ودعائية، حتى إننا لا نكاد نجد دولة فى عالم اليوم ليس لها إذاعات خارج الحدود حتى من بين الدول الفقيرة أو النامية، وربما جاء ذلك كنوع من التعويض، ومحاولة لإثبات الوجود على مسرح السياسة الدولية. فمن بين الدول العشر الأولى فى مجال الإذاعات الموجهة من حيث ساعات الإرسال نجد أربع دول نامية هى: كوريا الشمالية - تايوان - ألبانيا الشعبية ومصر.

ولا يقتصر هذا الشكل من الإذاعات الموجهة على الأهداف السياسية والدعائية فحسب، بل إن بعضاً منها يأخذ طابعا دينياً أو تجارياً تسعى الدولة إلى

تحقيقه، ويكون الإشراف والتمويل للدولة سواء بشكل كامل أو جزئى، إلا أن ذلك يتيح لها فرصة للتدخل فى تحديد مضمون برامج تلك الإذاعات ولغات البث ومواعيده والجهات المستهدفة.

وفى بعض الأحيان تسعى الدول إلى إخفاء أهدافها الدعائية من وراء بث إذاعات خارج الحدود وذلك بادعاء عدم ملكيتها أو تبعيتها للحكومة، إلا أن المتتبع لبرامج تلك الإذاعات وسياستها فى تخطيط برامجها يدرك أنها - أياً كانت تسميتها - تسعى بشكل أو بآخر إلى ترجمة سياسة الدولة الباثة وتحقيق أهدافها. فعندما أحس الاتحاد السوڤيتى بفشل إذاعة موسكو وخدماتها الموجهة إلى أوربا الغربية نظراً للصفة الرسمية التى تعمل من خلالها، أنشأ فى أغسطس عام ١٩٦٤ محطة دولية جديدة باسم "راديو السلام والتقدم"، وادعى أنها منفصلة عن الحكومة مثل هيئة الإذاعة البريطانية. ويطلق السوڤيت على هذه الخدمة "صوت الرأى العام السوڤيتى". والواقع أنه وإن كانت الحكومة السوڤيتية لا تملك راديو السلام والتقدم فإن الجهات المشرفة عليه ذات صلة وثيقة بالحكومة السوڤيتية. وجاء إنشاء تلك الخدمة استجابة لفعالية الإذاعات الموجهة من الغرب، وقد تميز مضمونها الدعائى ببرامج أكثر عنفاً.

وهكذا، فإن برامج تلك الإذاعات الرسمية- أياً كان توجهها - تكون معدة للاستهلاك الخارجى - بالدرجة الأولى. ومن ثم فلا يدخل فى إطارها تلك الإذاعات التى قد تسمع فى دول أخرى بشكل عفوى، إلا أن الموقع الجغرافى المتميز لبعض الدول أدى إلى وصول إذاعاتها المحلية والتقاطها بشكل واضح فى دول مجاورة لها، الأمر الذى دفع بعض تلك الدول إلى إعادة تخطيط برامجها وتعديل مضمونها ليصبح ملائماً لجماهير المستمعين خارج حدودها، بالإضافة إلى كونها إذاعات محلية. وهنا يمكن أن ندخل هذا النمط ضمن تعريف الإذاعات الموجهة الرسمية.

ولعل راديو لكسمبورج هو أوضح التطبيقات لهذا النمط، فقد كان هذا الراديو يسمع بشكل واضح فى كثير من الدول الأوربية، الأمر الذى دفع المشرفين عليه إلى الالتفات لأهمية تلك الميزة فراحوا يدرسون جماهير تلك الدول وأذواقهم وعاداتهم فى الاستماع. ومن ثم طوروا برامج الراديو وعدلوا مضمونها وفقاً لاحتياجات المستمع الأوربى. وقد أصبح راديو لكسمبورج اليوم أهم وأبرز وسائل الإعلان الإذاعى فى أوروبا ويصل إرساله اليوم إلى نحو ١٢٠ مليون مستمع، ويحقق أرباحاً ضخمة بل إنه يعد المصدر الأول للدخل فى دوقية لكسمبورج.

ويمكن أن نجد تطبيقاً آخر لهذا النمط فى إذاعات كل من تونس والمغرب، فقد وجهت الدولتان إذاعات باللغات الأجنبية لمخاطبة الأجانب المقيمين داخلهما إلا أن الموقع الجغرافى لكل منهما، وقربهما من أوروبا أدى إلى وصول إرسال إذاعاتهما لبعض الدول الأوربية المجاورة، ومن ثم فقد طورت الإذاعات الموجهة من هاتين الدولتين برامجها لتلائم المستمع الخارجى. وسوف تتعرض لتلك الإذاعات بشىء من التفصيل فى موقع آخر من هذه الدراسة.

(ب) الإذاعات الرسمية التابعة للهيئات والمنظمات الإقليمية والدولية: وهو نمط آخر من أنماط الإذاعات الموجهة الرسمية، يكون فيه الإشراف ليس لدول بعينها بل لهيئات ومنظمات عامة. ولعل أبرز مثال على هذا النمط هو راديو الأمم المتحدة الذى كان يغطى نشاطات المنظمة الدولية بأقسامها المختلفة بصورة صادقة ودون تحيز، وذلك باستخدام خمس عشرة لغة عالمية إلا أنه توقف مؤخراً بسبب ضعف ميزانيته.

ويدخل فى إطار هذا التعريف الإذاعات الموجهة التى تبثها بعض المنظمات الدينية المسيحية بغرض التنصير، حيث تقدم خدمات إذاعية بلغات أجنبية لمخاطبة الشعوب المختلفة ببرامج ومواد مسيحية. وتعتمد تلك الإذاعات فى تمويلها على الهبات والعطايا والتبرعات التى يقدمها الأفراد أو الهيئات

المختلفة، وأحيانا تقف بعض الدول الكبرى وراء تمويل تلك الإذاعات بطرق مستترة.

وفى عام ١٩٨٨ قامت لجنة مسلمى أفريقيا "ومقرها الكويت" بشراء إذاعة فى سيراليون بمبلغ ٢٦٠ ألف جنيه استرلينى لتكون نواة لأول إذاعة للقرآن الكريم فى منطقة غرب أفريقيا. وتبث الإذاعة إرسالها لمدة أربع ساعات يوميا وذلك بثلاث لغات هى: الانجليزية - الفرنسية - الفولانية. ويصل إرسالها إلى نحو ست عشرة دولة أفريقية، وتهدف برامجها إلى خدمة المسلمين فى تلك الدول، وتوعيتهم بدينهم ومواجهة وسائل التنصير التى يتعرضون لها.

الإذاعات السرية:

وأهم ما يميز هذا النمط من الإذاعات الموجهة هو أنها توجه بصفة غير رسمية وتكون مجهولة المصدر، فهى إذاعات غير شرعية تعمل على ترددات إذاعية غير مصرح لها بالعمل عليها، ومن ثم يكون من الصعب حصرها أو السيطرة عليها. ويرتبط ظهور تلك الإذاعات بحالات الحروب والأزمات السياسية والثورات الشعبية ضد أنظمة الحكم الشرعية، أو حالات الحرب النفسية بين الدول المختلفة. وعادة ما تشرف عليها أجهزة المخابرات لإسقاط نظم الحكم فى دول ما مستخدمة فى ذلك أبناء تلك الدول من الهاربين والمعارضين كنوع من التمويه عن حقيقتها. ولقد تعرضت مصر لهجمة شرشة من تلك الإذاعات السرية فى أعقاب نجاح ثورة يوليو عام ١٩٥٢ ، حيث تضافرت جهود الدول الاستعمارية الكبرى لإجهاض تلك الثورة وإسقاط نظام الحكم، فكان للمخابرات الأمريكية والإنجليزية تسع محطات سرية تهاجم الثورة.

وقد قامت حكومة الثورة بتوجيه عدة إذاعات سرية لمهاجمة أنظمة الحكم العربية التى تعاونت مع الاستعمار، وجعلت من أراضيها مصدرا لبث الإذاعات السرية المناهضة للثورة.

إذاعات القرصنة:

ويجمع بينها وبين الإذاعات السرية رباط أساسى وهو أن كلا منهما مجهول المصدر والجهة، إلا أن ما يميز إذاعات القرصنة هو أنها تعمل - فى الغالب - لتحقيق أهداف تجارية للجهات المشرفة عليها. وتعمل إذاعات القرصنة بصفة غير شرعية من خلال بث برامجها من فوق السفن الراسية خارج المياه الإقليمية للدول أو المناطق المستهدفة. ومن أبرز تلك الإذاعات اليوم إذاعتا راديو كارولينا وراديو لازر، وهما إذاعتان تجاريتان تبثان برامجهما باللغة الإنجليزية إلى الدول الأوربية من خارج المياه الاقليمية للساحل الانجليزى، وتقومان بتقديم الإعلانات والموسيقى إلى جانب بعض النشرات الإخبارية .

التخطيط للإذاعات الموجهة:

إن عملية إنشاء إذاعة موجهة ناجحة ليست أمراً هيناً وميسوراً كما قد يتصور البعض، كما أن ارتفاع عدد الإذاعات الموجهة فى عالمنا اليوم ليس دليلاً على نجاحها. فكثيرة هى تلك الإذاعات التى توجه إرسالها صباح مساء لمخاطبة جماهير أجنبية... ولكن كم منها يلقى قبولا لدى الجماهير؟!

وإذا كان التخطيط لوسائل الإعلام على المستوى المحلى أمراً ميسوراً - بعض الشىء- فإن الأمر مختلف تماما حين يتعلق بالإذاعات الموجهة التى تعمل على المستوى الدولى، فتلك الإذاعات - عادة - تخاطب جمهوراً أجنبياً غريباً عنها، أو فى أحسن الأحوال يعيش فى بيئة مختلفة. ويقاس نجاح الإذاعة بمدى قدرتها على النفاذ إلى الجمهور المستهدف والتأثير فيه وفق خطط وأهداف محددة ومخطط لها مسبقاً.

وباختلاف نوعيات الجماهير التى تسعى الإذاعة الموجهة لمخاطبتها والتأثير فيها، واختلاف الظروف التى تعمل الإذاعة فى ظلها - كحالات السلم والحرب - تختلف طبيعة الإذاعة الموجهة، وأساليب مخاطبتها لتلك الجماهير، وكيفية صياغة وتخطيط برامجها، واختيار العاملين فيها والمهام الموكلة لكل منهم.

لذا، فإن الدول والمنظمات المختلفة لا تنشئ إذاعاتها الموجهة بشكل عفوى، وإنما بتخطيط مسبق دقيق وواضح يقوم على أساس دراسة وبحث الجماهير، والتعرف على أنماطها وأذواقها وعاداتها فى الاستماع، ومدى تعرضها لوسائل الإعلام الأخرى إضافة إلى دراسة إمكانيات الإذاعة، سواء من الناحية الفنية أو البشرية.

وهكذا، فإن التخطيط للعمل فى الإذاعة الموجهة يخضع لعدد من الأسس التى تصاغ فى ضوئها الرسالة الإعلامية، ويتحدد الشكل الفنى الذى تقدم به. ويمكننا أن نحدد تلك الأسس فيما يلى :

- تحديد الجمهور المستهدف ودراسته.
- تحديد اللغة التى سيتم البث بها.
- تحديد ساعات الإرسال والتوقيت المناسب للبث.
- اختيار القائم بالاتصال.
- تحديد مضمون البرامج.
- مراعاة عناصر المنافسة الأخرى.
- مراعاة عوامل الجذب للإذاعة.

١- تحديد الجمهور المستهدف ودراسته:

إن أى عمل إذاعى يمكن الحكم عليه من خلال قدرته على الوصول إلى أكبر قدر من الجمهور المستهدف، ومن هنا كانت جماهير المستمعين والتعرف عليهم أهم مفاتيح النجاح لأية إذاعة. ويزداد الأمر أهمية وحيوية حين يتعلق بالإذاعات الموجهة، ذلك أن الجمهور المستهدف لها - فى الغالب - جمهور أجنبى غريب لا تربطه بالعاملين بالإذاعة روابط ثقافية وفكرية ووجدانية مشتركة.

وتولى الإذاعات الموجهة من الدول الكبرى اهتماماً كبيراً بإجراء بحوث الاستماع على جماهير مستمعيها فى جميع أنحاء العالم، وتهتم باقتراحاتهم

وطلباتهم، وتعدل بناءً عليها من برامجها وأساليب تقديمها. ومن ثم تخطط الإذاعات برامجها وفق أسس ثابتة ومحددة، وبناءً على دراسة متعمقة لمستمعيها. وتشكل عملية دراسة وقياس جماهير الإذاعات الموجهة مهمة غاية فى الصعوبة، نظراً لما تتطلبه من إمكانيات ضخمة مالياً وبشرياً وفنياً تنوء بحملها إذاعات الدول الصغيرة التى تظل - تعمل فى الظلام - مسترشدة ببعض ما قد يصلها من خطابات من بعض مستمعيها، تحمل طلباتهم ومقترحاتهم وآراءهم فى برامجها... وهو أمر لا يمكن اعتباره - بأى حال - ردود فعل حقيقية أو مؤشرات صحيحة على مدى نجاح الإذاعة وشعبيتها.

٢- تحديد اللغة التى سيتم البث بها:

تسعى الإذاعات الموجهة إلى الوصول لمستمعين مستهدفين فى مناطق معينة من العالم. ويشكل اختيار اللغة الملائمة لمخاطبة تلك المناطق عائقاً رئيسياً أمام تلك الإذاعات. إذ إن نجاح الإذاعة فى اختيار اللغة الملائمة يعد عاملاً هاماً فى تحديد كم أولئك الذين سوف يستمعون إليها ومن ثم يتأثرون بها، وفى حالات كثيرة تواجه بعض الدول تلك المشكلة حين تريد التوجه بإذاعاتها إلى مناطق بعيدة يتحدث أبناؤها العديد من اللغات واللهجات المختلفة... ويكون التساؤل بأى اللغات نبدأ؟! فالبعد الأفريقى لمصر، وانتماؤها للقارة الأفريقية جعلها تهتم وبشكل رئيسى بتوجيه إذاعاتها لمخاطبة الشعوب الأفريقية... ولكن تعدد اللغات واللهجات التى تتحدث بها تلك الشعوب كان عائقاً وعبئاً كبيراً على الإذاعات المصرية الموجهة، حيث توجه مصر إذاعات لأفريقيا بأكثر من إحدى عشرة لغة مختلفة!!

ثم إن اختلاف اللغات يشكل عائقاً آخر أمام نجاح الإذاعات الموجهة، ذلك أن اللغة ليست - فى حقيقتها - مجرد أداة للاتصال فحسب، بل إنها أداة للتعايش. ولكل لغة تعبيراتها ومصطلحاتها ومعانيها الدلالية التى لا يفهمها سوى أصحابها، مهما توافرت للآخرين إمكانية دراستها. وكثيراً ما تنجم مشكلات

عديدة نتيجة للتباين الدلالى للكلمات والمعانى التى تبثها الإذاعات الموجهة خارج الحدود.

وتتغلب الإذاعات الموجهة على ذلك باستخدام مذيعين ومقدمى برامج من أبناء الدول التى توجه إليها إرسالها، وذلك ضماناً لتحقيق أكبر قدر من المشاركة الوجدانية مع الجمهور المستهدف، إلا أن هذا أمر يتطلب اعتمادات مالية ضخمة لا تتوافر لكل الإذاعات الموجهة.

٣- تحديد ساعات الإرسال والتوقيت المناسب للبث:

ينبغى أن يقوم المخططون للعمل الإذاعى الموجه بإجراء دراسات متعددة لقياس أفضل فترات الاستماع لدى الجمهور المستهدف بحيث تختار الإذاعة أفضل تلك الأوقات التى يمكن لها أن تبث رسالتها. ويراعى فى ذلك فروق التوقيت بين الدولة الباثة والمناطق المستهدفة. كما يراعى مواعيد بدء وانتهاء الإرسال الإذاعى للخدمات المحلية فى تلك المناطق والخدمات الإذاعية الأخرى المتنافسة على الوصول إلى نفس الجمهور.

ويصدر قرار تحديد ساعات الإرسال الموجهة لكل لغة، وهو قرار فوقى تقوم به السلطات العليا المشرفة على الإذاعة، سواء أكانت الدولة أم الحزب أم المؤسسة التجارية. وقد أثبتت التجارب أن ثمة علاقة طردية بين تدهور العلاقات السياسية بين الدول المختلفة وارتفاع ساعات الإرسال للإذاعات الموجهة فيما بينها. وحتى وقت قريب كانت الإذاعات الموجهة بين دول الكتلتين الغربية والشرقية مؤشراً وبارومتراً لقياس العلاقات فيما بينهما. فالدول الصديقة أو الحليفة لا توجه إذاعاتها إلى بعضها البعض. وفى عام ١٩٦٨ أوقفت هيئة الإذاعة البريطانية إرسالها الموجه باللغة العبرية، وقدمت أسباباً لذلك جاء منها: أن الإسرائيليين يرفضون الاستماع إلى الإذاعات الموجهة إليهم بالعبرية، وإذا أرادوا الاستماع لإذاعات أجنبية فإنهم يفضلون تلك التى تتحدث بلغت أجنبية ذلك أن معظمهم ينتمون إلى أصول أوربية ويجيدون تلك اللغات،

وقد علق مسئول فى هيئة الإذاعة البريطانية على وقف الإرسال بالعبرية بقوله: إنه لا توجد لبريطانيا مصالح فى إسرائيل تستدعى أن تكون لها إذاعة موجهة بالعبرية.

٤- اختيار القائم بالاتصال:

قلنا إن خلق المشاركة الوجدانية بين الجمهور المستهدف والعاملين بالإذاعة الموجهة يعد عاملاً هاماً من عوامل نجاحها.. ومن هنا تنبع أهمية اختيار أولئك الذين يعدون ويقدمون البرامج. ولقد كانت الإذاعات الموجهة من بريطانيا سباقة إلى استخدام مذيعين ومقدمى برامج من أبناء الدول التى توجه إليها إرسالها، كما استخدمت الإذاعة اليابانية عدداً من أسرى الحرب من دول الحلفاء - إبان الحرب العالمية الثانية - وذلك لإعداد وتقديم برامجها الموجهة إلى تلك الدول. وقد أخضعتهم - بالطبع - لرقابة شديدة.

ويساعد هذا الأسلوب على زيادة درجة مصداقية الإذاعة، وذلك أن المصدر الذى يشترك مع المستقبل فى الاتجاهات والآراء يصبح أكثر مصداقية لديه.

وربما يظن البعض أن أولئك الذين تستخدمهم الإذاعات الموجهة من أبناء الدول المستهدفة لا يشترط فيهم أن يكونوا من العاملين فى مجال العمل الإذاعى أو من المتخصصين كما يحدث فى الإذاعات الموجهة من الدول النامية، وهذا خطأ، ذلك أن الإذاعات الموجهة ولا سيما من الدول الكبرى تستقطب للعمل فيها متخصصين من ذوى الخبرات الإذاعية السابقة وتعد لهم دورات تدريبية مكثفة، بل إن كثيرين منهم يكونون من كبار الإذاعيين فى بلدانهم بما يضمن أكبر قدر من النجاح لبرامجها. فمذيعو إذاعتى لندن ومونت كارلو الموجهتين باللغة العربية - مثلاً - يشكلون خليطاً من أبناء الدول العربية المختلفة، وكثيرون منهم أمضوا سنوات طويلة أمام الميكروفون فى إذاعات بلدانهم.

وعلى العكس من ذلك، نجد أن الإذاعات الموجهة من الدول النامية (ومن بينها الدول العربية) صوب الشعوب الأخرى تستخدم مذيعين ومقدمى برامج

من أبناء الدول المستهدفة، إلا أنهم يفتقرون إلى الخبرة الإذاعية، ذلك أن معظمهم يكونون من طلاب المنح الدارسين فى جامعات الدولة صاحبة الإذاعة، أو من أبناء الجاليات الأجنبية المقيمة فيها، وهم وان توافر فيهم عنصر المشاركة الوجدانية مع المستمعين، فإن افتقارهم إلى المهارات الإذاعية اللازمة ينعكس سلباً على مدى تأثير تلك الإذاعات!!

٥- تحديد مضمون البرامج:

تسعى كل إذاعة موجهة إلى تحقيق جملة من الأهداف وفق خطة مسبقة يجرى إعدادها بناءً على دراسات مستفيضة لجمهور مستمعيها، وتتطلب عملية إعداد خريطة البرامج لأية إذاعة موجهة دقة متناهية وخبرة كبيرة، ذلك أن أى خطأ فى الخطة قد يعصف بجهود الإذاعة ككل، ولا يقتصر الأمر على نوعية ما تقدمه الإذاعة من برامج ومواد فحسب، بل الأهم هو توزيع تلك البرامج على الخريطة الإذاعية، حيث أن أذواق المستمعين واستعداداتهم الذهنية للتلقى تختلف من فترة لأخرى. وقد أثبتت الدراسات أن حجم جمهور مستمعى أى برنامج إذاعى يتأثر بشكل مباشر بمدى شعبية البرنامج الذى يسبقه والبرنامج الذى يليه.

وقبل أن تضع الإذاعة خريطة برامجها لا بد وأن يكون واضحاً أمامها دوافع الجمهور للاستماع إليها حتى تستطيع أن تتجاوب مع تلك الدوافع وتلبيها. فالمستمع للإذاعات الموجهة قد يسعى إلى ذلك لتغطية ما ينقصه فى إذاعاته المحلية، ولعل هذا يفسر ارتفاع معدلات الاستماع للإذاعات الأجنبية فى أوقات الحروب والأزمات، حين لا تقوى بعض الإذاعات المحلية على تقديم حقائق الأحداث لسبب أو لآخر. وحين يشعر المستمع أن إذاعته المحلية لا تقدم وجهات نظر معقولة ومقنعة لتغطية الأحداث، ولا تعكس الأوضاع السياسية والاقتصادية السائدة فى مجتمعه بصورة حقيقية، فإنه يسعى للحصول عليها من مصادر أجنبية تكون الإذاعات الموجهة من أهمها، فكلما زادت إجراءات الرقابة على وسائل الإعلام الوطنية زاد معها الإقبال على الإذاعات الموجهة.

وتسعى الإذاعات الموجهة من الدول الكبرى صوب الشعوب الأخرى إلى اللعب على هذا الوتر المهم والحساس، حين تغدق على المستمع من المواد والبرامج الأخبار التى لا يجد لها مثيلاً فى وسائل إعلامه المحلية، وتحدثه عن أوضاع بلاده - بصراحة ووضوح - أكثر عشرات المرات مما تقدمه وسائل إعلامه المحلية. وحتى وقت قريب كانت إذاعتا راديو الحرية وأوربا الحرة الموجهتان من الولايات المتحدة الأمريكية لمخاطبة السوفيت تحظيان بمعدلات استماع عالية، وقد لجأت هاتان الإذاعتان فى سبيل إرضاء المستمع السوفيتى - إلى تقديم بعض نماذج من الشعر والقصص والمقالات والمؤلفات لكُتَّاب سوفيت من أولئك الذين تحرم السلطات السوفيتية نشر إنتاجهم الأدبى.

ومن الأمور التى يجب على المخططين للإذاعات الموجهة مراعاتها، ألا تكون الإذاعة الموجهة بوقاً للدعاية المباشرة للدول أو الجهة المباشرة، فتكيل للمستمع مئات الأخبار والبرامج التى تتحدث عن الدولة الباثة ومنجزاتها وجوانب التقدم فيها دون أن تركز على ما يهم المستمع نفسه وما يتعلق ببلده وما يدور فيه من أحداث وتطورات.

ربما يكون هذا واحداً من أكبر أسباب ضعف وعدم انتشار الإذاعات الموجهة من دول الكتلة الشرقية، والتى يغلب عليها الطابع الرسمى والدعائى بشكل كبير ومنفر، إذا ما قيست بمثيلاتها الموجهة من دول الغرب.

والذى يستمع لإذاعة صوت إسرائيل الموجهة باللغة العربية يلاحظ أنها تولى اهتماماً كبيراً بإذاعة الأخبار العربية بصورة أكبر بكثير مما تقدمه من أخبار إسرائيلية!!

٦- مراعاة عناصر المنافسة الأخرى:

يخطئ مخططو الإذاعات الموجهة إذا توقعوا أنهم الوحيدون فى الساحة، وأن الجمهور ينتظر وصول إرسالهم إليه بفارغ الصبر، ذلك أن عالم اليوم الذى يحفل بالعديد من وسائل الإعلام الإلكترونية وغيرها قد جعل الجمهور محاصراً

برسائل إعلامية متتالية تتسابق جميعها فى الوصول إليه وشد انتباهه لبرامجها. ولقد أصبحت الإذاعة عبر الحدود الدولية حرباً حقيقية بين الدول المختلفة، ولا يتسنى لإذاعة موجهة أن تحقق أهدافها وتصل إلى جمهورها بشكل مؤثر إلا بمراعاة جهود وسائل الإعلام الأخرى، سواء المحلية أو الأجنبية التى تنافسها فى الوصول إلى نفس الجمهور وفى نفس الوقت. ومن هنا، فإن واحداً من أهداف الإذاعات الموجهة هو محاصرة جهود الإذاعات الموجهة من الدول المعادية لها، فالإذاعات الأمريكية الموجهة تسعى أول ما تسعى إلى محاصرة جهود السوفيت لنشر أيديولوجيتهم وبسط نفوذهم فى العالم، كما أنشأ البريطانيون إذاعتهم الموجهة باللغة العربية عام ١٩٣٨ - فى الأساس - لمحاصرة الجهود الدعائية للألمان والإيطاليين فى المنطقة العربية.

وهكذا فإنه بدون مراعاة عناصر المنافسة الأخرى تكون جهود الإذاعة الموجهة جهوداً ضائعة فى أغلب الأحيان.. ويثير هذا الوضع تساؤلاً هاماً مؤداه ما جدوى الإذاعات الموجهة من الدول العربية ودول العالم الثالث لمخاطبة شعوب الدول الكبرى فى أمريكا وأوربا مثلاً؟! فهذه الإذاعات بما تملكه من إمكانيات فنيه وبشرية متواضعة هل تستطيع أن تنافس وسائل الإعلام التى تحاصر المواطن الأوربى والأمريكى صباح مساء؟

وهذا تساؤل هام ينبغى أن يجيب عنه أولئك الذين يخططون لتوجيه إذاعاتهم للشعوب الأوربية والأمريكية المتقدمة والتى تعيش فى حالة من الإغراق الإعلامى من جانب وسائلها المحلية.

٧- مراعاة عوامل الجذب للإذاعة:

فى ظل المنافسة التى تواجهها الإذاعات الموجهة من جانب الخدمات الإذاعية المحلية والأجنبية الموجهة لنفس المنطقة ولمخاطبة نفس الجمهور، يصبح لزاماً عليها أن تبذل جهداً مضاعفاً لتثبيت أقدامها، وحفر مكانها على خريطة الإعلام الموجهة، وليس هذا بالأمر الهين. فالإذاعة الموجهة تتعرض

لمعوقات متعددة يمكن أن نطلق عليها "عوامل طرد" لحمل المستمعين المستهدفين للابتعاد عنها وعدم الاستماع إليها. وقد كان التشويش على الإذاعات الموجهة من أوائل تلك العوامل التى استخدمتها الدول المختلفة لمحاصرة جهود الإذاعات المعادية... وعلى الرغم من المحاولات العديدة التى بذلت فى مجال التشويش على تلك الإذاعات، إلا أنها لم تنجح فى صرف المستمعين عن متابعتها، ذلك أن المستمع غالباً ما يجد الدوافع الأقوى للاستماع لإذاعة معينة، ثم إن التكاليف الضخمة لاستمرار التشويش على الإذاعة الموجهة يدفع العديد من الدول للتوقف عن التشويش. وقد استخدمت الإذاعات الموجهة أساليب متعددة للتغلب على مشكلة التشويش، كان من بينها:

- زيادة قوة المحطة الموجهة باستخدام ترددات إذاعية أقوى.
- بث الإرسال الإذاعى على الموجات القصيرة والمتوسطة فى نفس الوقت.
- إنشاء محطات تقوية على حدود الدول أو المناطق المستهدفة بغرض تقوية الإرسال الإذاعى.
- بث الإرسال على تردد قريب جداً من التردد الذى تذيع عليه إذاعات الدولة المستهدفة، بحيث تضيع إذاعة تلك الدولة إذا ما حاولت التشويش على هذا الإرسال. وقد استخدم الأمريكيون هذا الأسلوب فى بث إذاعاتهم الموجهة للاتحاد السوفيتى.
- إعادة إذاعة البرامج الموجهة فى فترات زمنية متقاربة، حيث تقوم الإذاعة الموجهة بإعادة برامجها المقصودة كل خمس أو عشر دقائق، حتى تفوت على الدولة التى تقوم بالتشويش فرصة القيام بتشويش انتقائى.

- استخدام نوعية وأساليب مختلفة لتطوير الصوت المستخدم فى البث، يكون من شأنها تقوية الإشارة أو استخدام الإرسال بالشفرة فى حالات الطوارئ للتغلب على التشويش.

وإذا نجحت الإذاعة الموجهة فى اختراق معوقات التشويش، وغيرها من عوامل الطرد، يكون عليها أن تخلق لنفسها الشخصية المميزة، وذلك بابتكار الأساليب الإذاعية المتطورة، وتقديم المواد المحببة التى تجذب الجمهور إليها وتنافس من خلالها - وسائل الإعلام الأخرى. ومن عوامل الجذب التى تسعى إليها الإذاعات الموجهة ما يلى:-

(أ) البعد عن الأسلوب الدعائى المباشر: لم يعد مقبولاً استخدام الأساليب المباشرة فى الفن والثقافة بصفة عامة. فماذا لو تعلق الأمر بالإذاعات الموجهة التى تسعى لمخاطبة جمهور أجنبى. ومن ثم فإن الإذاعة الموجهة عليها "إخفاء" صفتها الدعائية حتى لا يكشفها الجمهور فينفر منها. وتلجأ الإذاعات الموجهة إلى مختلف الحيل والأساليب فى توجيه مادتها الدعائية ووصفها فى أكثر القوالب البرامجية فنية وجاذبية.

وكثيراً ما تلجأ بعض الإذاعات الموجهة إلى خلط الدعاية بالترفيه حتى تضمن وصولا وتأثيراً أسرع وأقوى لدى الجمهور.

(ب) استخدام الموسيقى وبرامج المنوعات: تعد الموسيقى وبرامج المنوعات من أكثر القوالب الإذاعية شعبية ونجاحاً لدى المستمعين فى مختلف أنحاء العالم ولا سيما بين أوساط الشباب من الجنسين. وتستخدم الإذاعات الموجهة هذه النوعية من البرامج كوسيلة لجذب المستمعين إليها وهو أسلوب قديم عرفته الإذاعات الموجهة منذ وقت مبكر. وأثناء الحرب العالمية الثانية استخدمت الإذاعات الألمانية الموجهة الموسيقى لاستدراج المستمع وضمان تجاوبه مع ما تقدمه من برامج.. وفى ذلك مقولة شهيرة لجوبلز وزير الدعاية الألمانى، فهو يقول: يمكننا أن نبدأ ببيتهوفن لننتهى بهتلر. ولا شك أن الموسيقى

وسيلة اتصال عالمية تعبر عوائق اختلاف الثقافات والمستويات التعليمية، فالموسيقى لغة عالمية تلعب دوراً هاماً فى بناء صورة ذهنية عن المجتمع الذى أنتجها. كما أنها تلعب دوراً هاماً فى التخفيف من حدة المادة الدعائية الجادة التى تقدمها تلك الإذاعات. وتقدم إذاعة صوت أمريكا الموجهة باللغة العربية ما جملته ٢٤,٧٠٪ من ساعات إرسالها من الموسيقى والغناء والبرامج المنوعة، كما تحتل تلك المواد ما نسبته ١٥,١٦٪ فى إذاعة صوت ألمانيا الموجهة بالعربية.

والذى يتابع إذاعة صوت إسرائيل يلاحظ أنها تخصص ساعات طويلة من إرسالها طوال اليوم لتقديم الموسيقى والأغنيات العربية وبرامج ما يطلبه المستمعون بشكل مكثف.

(جـ) تقديم البرامج التى يشارك فيها جمهور المستمعين: يعد إشراك المستمعين فى إعداد بعض برامج الإذاعة أو إسهامهم فيها عاملاً هاماً من عوامل ربط المستمع بإذاعته، سواء المحلية أو الأجنبية الموجهة، وتلجأ الإذاعات الموجهة إلى هذا الأسلوب فى جذب جماهيرها مستخدمة عدة نوعيات من البرامج منها:

* برامج ما يطلبه المستمعون: ونكاد لا نجد إذاعة موجهة تغفل هذه النوعية من البرامج التى تحظى بمعدلات استماع عالية، فالمستمع يشعر أن الإذاعة تشاركه وجدانياً حين تحتفل معه بمناسباته السعيدة، وتلبى طلباته من الأغنيات والمواد الخفيفة.

ويدخل فى إطار هذه النوعية من البرامج تلك البرامج التى تقدم تحيات المستمعين إلى ذويهم وأصدقائهم. وهو أسلوب قديم استخدمته الإذاعات الألمانية الموجهة حين أنتجت برنامجاً إذاعياً بعنوان (تحية للمستمع) يقوم على الاحتفال

بأعياد الميلاد والزواج وإرسال التهانى والتحيات للأصدقاء والأقارب فى ألمانيا إلى ذويهم فى الخارج والعكس.

وقد كانت هذه الرسائل ولا تزال وسيلة من وسائل تعرف الإذاعة الموجهة على حجم من يستمعون إليها، ومؤشراً على مدى شعبيتها.

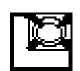
* برامج المسابقات الإذاعية.
* برامج الأسئلة والأجوبة.
* برامج ركن الهواة.

(د) تقديم برامج تعليم اللغات: يعد تقديم البرامج التعليمية وبرامج تعليم اللغات عاملاً هاماً من عوامل جذب المستمع للإذاعة الموجهة. فهناك قطاع كبير من الجمهور يستمع للإذاعات الموجهة من منطلق حرصه على تعلم اللغات الأجنبية. ولقد أدركت الدول المختلفة أهمية الموجات القصيرة، واستخدمتها فى تعليم لغاتها للشعوب الأخرى، واستعانت بأكفأ الخبرات المتخصصة لإعداد وإخراج تلك البرامج. وتحفل الإذاعات الموجهة باللغة العربية من الدول الأوربية بالعديد من برامج تعليم اللغات الأجنبية، والتى تلقى قبولاً جماهيرياً واسعاً لدى المستمعين العرب. وتشكل برامج تعليم اللغة الإنجليزية - مثلاً - ٩٪ من حجم ساعات الإرسال الموجهة من هيئة الإذاعة البريطانية.

تلك بعض الأسس التى يجب على المخططين لإنشاء وعمل الإذاعة الموجهة مراعاتها.. وهى عوامل أساسية تحدد إمكانيات نجاحها.

والسؤال هو: إلى أى مدى تتبع الإذاعات العربية الموجهة باللغات الأجنبية تلك الأسس؟

وسوف نجيب عن هذا التساؤل فى موقع آخر من تلك الدراسة.



ملخص الوحدة الثالثة

- كان اختراع الراديو فى العشرينيات بداية لمرحلة جديدة من مراحل استخدام الكلمة وتوظيفها فى أغراض الدعاية والتوجيه.
- ارتبطت نشأة الإذاعات الموجهة وتطورها إلى حد بعيد بتطور ظاهرة الصراع بكافة أنواعه، فكانت انعكاساً مباشراً لها وتعبيراً عنها ، سواء تلك المتمثلة فى الصراع السياسى أو الدينى أو التجارى أو غيره.
- من الممكن التفرقة بين عدة أنماط للإذاعات الموجهة، فهناك أولاً: الإذاعات الموجهة بصفة رسمية وهى تلك الإذاعات معلومة المصدر والجهة والتى تحمل صفة رسمية، فتعلن عن هويتها وهوية الدولة أو المؤسسة أو الجهة التى تشرف عليها وتمولها. ويمكن أن نفصل بين نوعين من الإذاعات الرسمية هى:

  أ – الإذاعات الناطقة باسم الدولة.

  ب- الإذاعات الرسمية التابعة للهيئات والمنظمات الإقليمية والدولية.

  ثانياً: الإذاعات السرية. ثالثاً: إذاعات القرصنة.
- إن التخطيط للعمل فى الإذاعات الموجهة يخضع لعدد من الأسس التى تصاغ فى ضوئها الرسالة الإعلامية، ويتحدد الشكل الفنى التى تقدم به، وهذه الأسس هى:
  - تحديد الجمهور المستهدف ودراسته.
  - تحديد اللغة التى سيتم البث بها.
  - تحديد ساعات الإرسال والتوقيت المناسب للبث.
  - اختيار القائم بالاتصال.
  - تحديد مضمون البرامج.

- مراعاة عناصر المنافسة الأخرى.
- مراعاة عوامل الجذب للإذاعة.

- من عوامل الجذب التى تسعى إليها الإذاعات الموجهة:

أ – البعد عن الأسلوب الدعائى المباشر.

ب- استخدام الموسيقى وبرامج المنوعات.

جـ- تقديم البرامج التى يشارك فيها جمهور المستمعين.

د - تقديم برامج تعليم اللغات.

أسئلة على الوحدة الثالثة

أولاً- ضع علامة (√) أمام العبارة الصحيحة وعلامة (×) أمام العبارة الخطأ مما يلى:

١- كان اختراع الراديو فى العشرينيات بداية لمرحلة جديد من مراحل استخدام الكلمة وتوظيفها. ( )

٢- ارتبطت نشأة الإذاعات الموجهة وتطورها إلى حد بعيد بتطور ظاهرة الصراع بكافة أنواعه. ( )

٣- هناك نمط واحد للإذاعات الموجهة يستخدمه الإعلاميون فى البث الفضائى المباشر. ( )

٤- من الممكن الفصل بين نوعين من الإذاعات الرسمية. ( )

ثانياً- أكمل ما يلى:

١- تنقسم الإذاعات الرسمية إلى ....، ....

٢- تتعدد أنماط الإذاعات الموجهة فهناك

...................، ....، ....

٣- إن التخطيط للعمل فى الإذاعة الموجهة يخضع لعدد من الأسس هى:

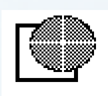
.............، ....، ....، ....، ....، ....

٤- من عوامل الجذب التى تسعى إليها الإذاعات الموجهة ....، ....،...........،

٥- الإجابة عن أسئلة الوحدة الثالثة

إرشادات للإجابة:

يمكنك الرجوع إلى الملخص لتتعرف على الإجابة السابقة لكل من: أولاً، ثانياً.



الوحدة الرابعة

المنطقة العربية كهدف للإذاعات الموجهة

الأهداف السلوكية:

بعد دراسة هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادرًا على أن :

١. يتعرف أهمية الراديو كوسيلة إعلامية ناجحة.
٢. يذكر الأسباب التى دفعت إلى الاهتمام بتوجيه إذاعات باللغة العربية لمخاطبة شعوب المنطقة العربية.
٣. يوضح واقع الإذاعات الموجهة باللغة العربية.
٤. يحدد أنواع الإذاعات الموجهة باللغة العربية.
٥. يبين خصائص الإذاعات الموجهة باللغة العربية.

العناصر:

- أهمية المنطقة العربية كهدف للإذاعات الموجهة.
- واقع الإذاعات الموجهة باللغة العربية.
  - الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض سياسية.
  - الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض تجارية.
  - الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض دينية.
- خصائص الإذاعات الموجهة باللغة العربية.
- ملخص الوحدة الرابعة.
- أسئلة على الوحدة الرابعة.
- الإجابة عن أسئلة الوحدة الرابعة.

المفاهيم الرئيسية:

الإذاعات الموجهة باللغة العربية.

الوحدة الرابعة

المنطقة العربية كهدف للإذاعات الموجهة

أهمية المنطقة العربية كهدف للإذاعات الموجهة:

تزداد أهمية الراديو - كوسيلة إعلامية ناجحة - فى الدول النامية والفقيرة حيث تنتشر الأمية، وترتفع أسعار الكتب والصحف، ويصعب على مواطنيها الحصول على وسائل الإعلام الأخرى ، إلى جانب ما تعانيه وسائل الإعلام فى تلك الدول من نقص واضح وضعف فى الإمكانيات المادية والفنية والبشرية. ولعل أهمية الراديو تكمن فى أنه لا يزال أسرع وسائل الاتصال وصولاً للجماهير، وأرخصها ثمناً وأيسرها استخداماً. وفى كثير من الأحيان يكون الراديو هو الوسيلة الوحيدة لاستقصاء الأنباء وتفسير الأحداث، فضلاً عما يتمتع به من تأثير عاطفى وإقناع منطقى. وتنطبق ظروف الإعلام فى الدول النامية على دول المنطقة العربية التى تشكل جزءاً هاماً وكبيراً من العالم الثالث، سواء من حيث انخفاض معدلات امتلاك أجهزة ووسائل الإعلام الحديثة وضعف إمكانياتها، وندرة الكفاءات الإعلامية المدربة ، إلى جانب اختلال التوازن بين صفوة متعلمة وسواد أعظم جاهل.

ونستطيع القول إنه بالنسبة للراديو، فإن الدول العربية قد سبقت دول العالم الثالث الأخرى، سواء فى معرفتها به أو فى معدلات امتلاكه.

فلقد عرفت شعوب المنطقة العربية الإذاعة الصوتية فى وقت مبكر وقبل كثير من شعوب العالم الأخرى، مما أدى إلى عمق تأثيره وارتباط المواطن العربى به كوسيلة أساسية وموثوق بها فى معرفة الأنباء. كما أن دول المنطقة العربية - ورغم انخفاض المستويات المعيشية لشعوبها إذا ما قورنت بالشعوب الأوربية أو الأمريكية مثلاً - إلا أنها تخطت الحد الأدنى لملكية أجهزة الراديو، كما وضعته اليونسكو، وهو خمسون جهازاً لكل ألف من السكان. فإذا

استعرضنا خريطة العالم العربى لا نجد سوى ثلاث دول تقل ملكية أجهزة الراديو فيها عن هذا الحد وهى " اليمن- السودان".

وهكذا فإن الراديو يتمتع بمكانة خاصة ونفوذ كبير فى نفوس المواطن العربى، كما يحظى بمعدلات استماع عالية.

وفى الوقت الذى كانت الإذاعات العربية فيه لا تزال فى مراحلها الأولى، بدأت المنطقة العربية تتعرض للإذاعات الموجهة باللغة العربية والقادمة من الخارج مستهدفة الوصول إلى المواطن العربى لأسباب وأهداف لا تمسه من بعيد أو قريب.

ولقد كانت البداية فى عام ١٩٣٢ حين وجه الإيطاليون من خلال راديو بارى إرسالهم باللغة العربية كمقدمة لحملة إيطاليا العسكرية على الحبشة. وسعى راديو بارى إلى تقديم الدويتش كصديق للعرب والمسلمين. وفى البداية استخدم الراديو مذيعين لم يفهم المستمعون العرب لهجتهم.

وكان هدف ايطاليا من وراء ذلك إضعاف موقف بريطانيا فى المنطقة العربية، وتأليب الشعوب العربية ضدها وضد حليفتها فرنسا، ومداهنة العرب والتقرب إليهم ؛ أى أن إسراع إيطاليا فى توجيه إرسال باللغة العربية لم يكن حبا فى العرب، بقدر ما كان لإثارة الصعوبات فى وجه الحلفاء (بريطانيا وفرنسا) إذ كانت الحرب وشيكة بين المعسكرين.

وحين ازداد نجاح محطة بارى، وازداد معدل الاستماع إليها فطنت الحكومة البريطانية إلى خطورة ما يتهدد مصالحها فى المنطقة، مما دفع بريطانيا إلى إنشاء القسم العربى بهيئة الإذاعة البريطانية كأول قسم للغة أجنبية وذلك فى يناير ١٩٣٨. ولجأت بريطانيا - من خلال هذه الإذاعة - للرد على الدعاية الإيطالية وتفنيدها. وتفاقم الصراع بين إذاعتى بارى ولندن الموجهتين باللغة العربية بشكل لم يسبق له مثيل ، مما دفع بريطانيا إلى طلب توقيع اتفاقية مع إيطاليا لوقف هذا الصراع عبر الأثير.

والواقع أن إيطاليا لم تلتزم ببنود تلك الاتفاقية، وواصلت جهودها للسيطرة على المستمع العربى بابتكار الأساليب والقوالب البرامجية الجديدة، وتوزيع بعض أجهزة الاستقبال المجانية على المواطنين العرب. وربما كان توقيع إيطاليا على هذه الاتفاقية سببا مباشرا لقيام حليفتها ألمانيا النازية بتوجيه إرسال باللغة العربية من برلين وذلك فى منتصف عام ١٩٣٨ بهدف مهاجمة المصالح البريطانية وتطويق جهودها الدعائية ضد إيطاليا. وكان رد الفعل البريطانى على ذلك هو إنشاء خدمة إذاعية أخرى بلهجات أفريقية إمعانا فى التصدى للإذاعات الإيطالية والألمانية. وحين راحت إذاعة بارى تهاجم سياسات فرنسا فى شمال أفريقيا، قامت فرنسا بتوجيه خدمتها باللغة العربية مع بداية اندلاع الحرب العالمية الثانية.

ولقد أدت الأحداث التى مر بها العالم العربى أثناء الحرب العالمية الثانية والتى أعقبت الحملة على شمال أفريقيا إلى مضاعفة جهود الراديو الموجه من قبل الدول الأوربية، وبدأ الاتحاد السوفيتى يوجه إرسالاً باللغة العربية عام ١٩٤٣، كما بدأت بعض الدول الآسيوية تذيع باللغة العربية فى الفترة التى أعقبت الثلاثينيات.

وبانتهاء الحرب العالمية الثانية، توقفت جميع الإذاعات الموجهة باللغة العربية من جميع دول العالم ، فيما عدا هيئة الإذاعة البريطانية التى استمرت فى توجيه إرسالها بالعربية بسبب مصالح بريطانيا والتزاماتها فى المنطقة.

ونتيجة للظروف الدولية التى حلت بعالمنا أعقاب الحرب العالمية الثانية وما تبعها من تغير الخريطة السياسية، وظهور قوى سياسية جديدة لعبت دورها على مسرح السياسة الدولية عاودت الدول الكبرى الاهتمام بوسائل إعلامها الموجهة وأعيد بث الإذاعات الموجهة - ولكن - من منطلقات جديدة ولأهداف مختلفة... وسرعان ما انتقلت حرب الإذاعات بين الشرق والغرب إلى دول العالم الثالث (ومن بينها دول المنطقة العربية). فقد أدى الصراع بين الشرق

والغرب علـى نيل مراكز المواد الخام فى هذه المنطقة إلى جعلها منطقة صراع عبر الأثير بين دول الكتلتين الشرقية والغربية حتى فى ظل الوفاق. فبالرغم من تغيرات ما بعد الحرب، واندثار القوى التقليدية وأفول نجمها، فقد ظلت المنطقة العربية هدفا للإذاعات الموجهة من الدول والقوى المعاصرة. واحتفظت اللغة العربية بمكانة خاصة بين اللغات المستخدمة فى البث عبر الإذاعات الموجهة، حيث تحتل اللغة العربية - اليوم - المركز الثالث بين لغت العالم التى تستخدم فى الإذاعات الموجهة بعد اللغتين الإنجليزية والفرنسية.

ويمكننا أن نحدد الأسباب التى دفعت إلى الاهتمام بتوجيه إذاعات باللغة العربية لمخاطبة شعوب المنطقة العربية فيما يلى:-

* رغبة الإذاعات الدولية فى إضافة اللغة العربية إلى قائمة اللغات التى تستخدم فى البث خارج الحدود، إذ لا يمكن أن تتجاهل مئات الملايين الذين يتكلمون بتلك اللغة.
* أهمية المنطقة العربية بالنسبة لمصالح الدول الكبرى؛ نظرا لأهميتها الاستراتيجية البالغة للأمن الدولى. وقد اتضح ذلك من استمرار توجه دول الكتلتين الشرقية والغربية لمخاطبة شعوب المنطقة العربية من خلال الإذاعات الموجهة، وما تلعبه تلك الإذاعات من دور للتعبير عن تصاعد الصراع بين الكتلتين.
* العلاقة الخاصة التى تربط بين دول المنطقة العربية والدول الاستعمارية الكبرى منذ زمن بعيد. وقد كانت تلك الدول الاستعمارية من أوائل الدول التى اهتمت ببث إذاعات موجهة باللغة العربية، فقد سبقت كل من إيطاليا وبريطانيا وفرنسا غيرها من الدول فى هذا الميدان. وقد استمرت هذه العلاقة المتميزة حتى بعد الاستقلال ، مما دفع الدول الاستعمارية القديمة إلى المحافظة على مكانتها ومصالحها

فى المنطقة العربية بمختلف السبل التى كانت الإذاعات الموجهة واحدة منها.

* الأزمات السياسية والعسكرية المستمرة التى تشهدها المنطقة العربية ولاسيما بعد قيام دولة إسرائيل، وما أدى إليه من نشوب عدة حروب بينها وبين دول المواجهة العربية كانت القوى الكبرى - بشكل أو بآخر- طرفاً مباشراً فيها. وقد أدى ذلك إلى مزيد من اهتمام دول العالم بتوجيه إذاعات جديدة لمخاطبة شعوب المنطقة العربية بينما زادت الإذاعات القائمة من ساعات إرسالها. ويمكن أن نضيف إلى هذه النقطة تلك الخلافات والصراعات السياسية التى تقع من وقت لآخر بين الدول العربية بعضها وبعض ، والتى وصلت إلى حد المواجهة العسكرية فى كثير من الأحيان، مما أضفى على المنطقة العربية صفة "السخونة" وجعلها محل اهتمام الدول الكبرى وهدفا من أهدافها.
* أهمية المنطقة العربية كقوة شرائية ضخمة وكسوق مستهلكة لمنتجات وبضائع الدول الصناعية الكبرى. وقد دفع هذا الوضع العديد من الدول والمنظمات إلى توجيه إذاعات باللغة العربية لأغراض اقتصادية وتجارية بهدف تحقيق الأرباح.
* التواجد المسيحى فى المنطقة العربية، والثقل الذى يمثله المسيحيون فى بعض دول تلك المنطقة، مما كان سببا فى توجيه إذاعات باللغة العربية لأغراض دينية للتبشير بديانة السيد المسيح. ومن ثم كانت المنطقة العربية هدفا للعديد من الإذاعات الدينية المسيحية.
* رغبة العديد من الدول الإسلامية فى توجيه إرسال إذاعى باللغة العربية لتوثيق الصلات مع شعوب المنطقة العربية فى أرض الإسلام.

واقع الإذاعات الموجهة باللغة العربية:

تستقبل المنطقة العربية ألفاً وخمسا وأربعين ساعة وربع الساعة من الإذاعات الموجهة باللغة العربية من دول ومنظمات غير عربية كل أسبوع. وتسعى هذه الإذاعات لتحقيق أهداف سياسية أو تجارية أو دينية.

ويوضح الجدول رقم (١) نصيب كل من هذه الأنواع الإذاعية من ساعات الارسال أسبوعيا .

جدول رقم (١)

الإذاعات الموجهة باللغة العربية ونسبة ساعات الإرسال الكلية التى توجهها

نوع الإذاعات الموجهة	ساعات الإرسال الأسبوعية		النسبة المئوية
ساعات الإرسال	دقيقة	ساعة	
الإذاعات الموجهة لأغراض سياسية	٣٠	٨٦٣	٨٢,٦١ ٪
الإذاعات الموجهة لأغراض تجارية	-	١١٩	١١,٣٨ ٪
الإذاعات الموجهة لأغراض دينية	٤٥	٦٢	٦,١١٪
الإجمالى	١٥	١٠٤٥	١٠٠٪

الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض سياسية:

تأتى هذه الإذاعات فى مقدمة أنواع الإذاعات التى تسعى لمخاطبة الشعوب العربية من حيث ساعات الإرسال. وتقوم اثنتان وثلاثون دولة فى مختلف قارات العالم بتوجيه تلك الإذاعات. وتأتى إسرائيل فى مقدمة الدول التى توجه إذاعة باللغة العربية، حيث تشغل ساعات البث الموجهة من إذاعة صوت إسرائيل باللغة العربية نحو مائة وتسع وعشرين ساعة ونصف أسبوعيا . تليها

إيران حيث توجه ما يزيد على مائة وخمس ساعات أسبوعياً. وتحتل بريطانيا المرتبة الثالثة بين دول العالم التى توجه إرسالاً إذاعياً باللغة العربية لمدة ثلاث وستين ساعة كل أسبوع، تليها الولايات المتحدة الأمريكية فى المرتبة الرابعة وتبث تسعا وخمسين ساعة ونصف، فالاتحاد السوفيتى الذى يبث تسعا وأربعين ساعة اسبوعياً من خدمتين هما راديو موسكو وراديو السلام والتقدم.

الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض تجارية:

وتمثل هذه الإذاعات نسبة ١١,٣٨٪ من جملة ساعات الارسال الموجهة باللغة العربية من الدول والمنظمات غير العربية. ويأتى هذا الإرسال من خلال إذاعة مونت كارلو التى تبث برامجها بالعربية. وترجع نشأة تلك الإذاعة إلى يوليو عام ١٩٤٣، حين بدأت محطة الإذاعة إرسالها من مونت كارلو مستخدمة جهاز إرسال راديو البحر المتوسط بقوة ثلاثين كيلو وات. ولم تبدأ إذاعة مونت كارلو فى توجيه إرسالها باللغة العربية إلا فى عام ١٩٧١. وفى البداية كانت الإذاعة تبث إرسالها من إمارة مونت كارلو إلى قبرص ، حيث كانت تعاد إذاعة برامجها إلى منطقة الشرق الأوسط على جهاز تبلغ قوته ٦٠٠ كيلو وات ويوفر إشارة قوية فى المنطقة العربية ولا سيما فى المساء.

وتتميز برامج إذاعة مونت كارلو بالطابع الخفيف، والمضمون الترفيهى والأخبار السريعة، إلى جانب انتشار مراسلى الإذاعة فى مختلف عواصم العالم ومواقع الأحداث ، مما يضمن لها تغطية فورية وسريعة للأحداث إلى جانب الإعلانات. وبالرغم من إعلان المسئولين عن إذاعة مونت كارلو أنها تسعى لتحقيق أهداف تجارية، فإن المتتبع لبرامجها يلمس نبرة سياسية واضحة تعكس وجهات النظر الغربية والفرنسية فى الأحداث والقضايا العالمية.

الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض دينية:

تمثل الإذاعات الدينية نسبة ١١,٦٪ من جملة ساعات الإرسال الموجهة باللغة العربية. وتوجد عدة منظمات مسيحية عالمية تشرف على توجيه عدد من

الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض التبشير والتنصير. وأهم تلك الإذاعات:

- راديو الفاتيكان.
- إذاعة حول العالم.
- إذاعة الشرق الأقصى.
- إذاعة ELWA.
- إذاعة WYER.
- إذاعة صوت الإنجيل.

خصائص الإذاعات الموجهة باللغة العربية:

عند استعراض نشأة وتطور الإذاعات الموجهة باللغة العربية من مختلف الدول والمنظمات، وتطور الأهداف التى تسعى إليها، وتطور أساليبها فى تحقيق تلك الأهداف ، يمكننا أن نحدد بعض خصائص تلك الإذاعات وأهمها :

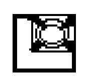
١- أن الإذاعات الموجهة باللغة العربية هى فى الأساس فكرة استعمارية، فقد جاءت نشأة تلك الإذاعات على أيدى الدول الاستعمارية الكبرى التى كانت تفرض قبضتها على معظم أجزاء المنطقة العربية مثل إيطاليا وبريطانيا وفرنسا.

٢- أن المنطقة العربية وشعوبها وأحداثها لم تكن - فى حد ذاتها – هدفاً أساسياً من أهداف تلك الإذاعات، بقدر ما كان الهدف هو إثارة الصعوبات أمام الدول الكبرى الأعداء فى مناطق نفوذها، إذ دخلت تلك الإذاعات ميدان الصراع والمنافسة بين الدول الاستعمارية الكبرى.

٣- أن جماهير المنطقة العربية ارتبطت بالإذاعات الموجهة ارتباطا وثيقا بسبب معرفتها المبكرة لها، إضافة إلى تطورها وارتفاع مستوى برامجها إذا ما قورنت بمستوى الإذاعات العربية.

٤- أنه رغم ارتفاع عدد الإذاعات الموجهة باللغة العربية ومحاولاتها المستمرة للوصول إلى المستمعين العرب، فإن عدداً قليلاً من تلك

الإذاعات هو الذى يحظى باهتمام ومتابعة المستمعين العرب، وهى فى الغالب إذاعات الدول الكبرى التى تتوافر لها إمكانيات تكنولوجية وبشرية وبرامجية ضخمة. وكثيرة هى الأبحاث والدراسات التى أثبتت ذلك . ويمكننا أن نحصر أهم الإذاعات العالمية التى تحظى باستماع المواطنين العرب فى إذاعات (لندن - صوت أمريكا- مونت كارلو- صوت إسرائيل- موسكو- طهران- صوت ألمانيا- راديو الفاتيكان- إذاعة حول العالم- إذاعة برلين)... أما فيما عدا ذلك فإن بقية الإذاعات لا تشكل ثقلا يعتد به على خريطة الإذاعات الموجهة باللغة العربية.



ملخص الوحدة الرابعة

- تزداد أهمية الراديو كوسيلة إعلامية ناجحة فى الدول النامية والفقيرة، حيث تنتشر الأمية وترتفع أسعار الكتب والصحف ويصعب على مواطنيها الحصول على وسائل الإعلام الأخرى، إلى جانب ما تعانيه وسائل الإعلام فى تلك الدول من نقص واضح وضعف فى الإمكانيات المادية والفنية والبشرية.
- نستطيع القول: إنه بالنسبة للراديو، فإن الدول العربية قد سبقت دول العالم الثالث الأخرى، سواء فى معرفتها به أو فى معدلات امتلاكه.
- تستقبل المنطقة العربية ألفاً وخمسا وأربعين ساعة وربع الساعة من الإذاعات الموجهة باللغة العربية من دول ومنظمات غير عربية كل أسبوع، وتسعى هذه الإذاعات لتحقيق أهداف سياسية أو تجارية أو دينية.
- هناك أنواع متعددة من الإذاعات الموجهة باللغة العربية، هى :
  * الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض سياسية.
  * الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض تجارية.
  * الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض دينية: وأهم تلك الإذاعات:

راديو الفاتيكان، إذاعة الشرق الأوسط، إذاعة ELWA، إذاعة حول العالم، إذاعة WYER، إذاعة صوت الإنجيل.

أسئلة على الوحدة الرابعة

أولاً- أكمل ما يلى:

١- هناك أنواع متعددة من الإذاعات الموجهة باللغة العربية هى:

أ - ....

ب- ....

جـ- ....

٢- تتنوع الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض دينية وتتعدد ومن أهمها:

............، ....، ....، ....، ....، ....

ثانياً- اكتب باختصار فيما يلى:

١- أهمية المنطقة العربية كهدف للإذاعات الموجهة.

٢- واقع الإذاعات الموجهة باللغة العربية.

الإجابة عن أسئلة الوحدة الرابعة

أولاً:

١- أ - الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض سياسية.

ب- الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض تجارية.

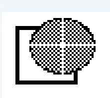
جـ- الإذاعات الموجهة باللغة العربية لأغراض دينية.

٢- راديو الفاتيكان، إذاعة الشرق الأوسط، إذاعة ELWA، إذاعة حول العالم، إذاعة WYER، إذاعة صوت الإنجيل.

الجـزء الثانى

إعـــداد

د. ثريا البـدوى



الوحدة الخامسة

عالمية الإعلام الدولى "أدواته وفنونه"

الأهداف السلوكية:

بعد دراسة هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادرًا على أن :

١. يتعرف الأدوات الاتصالية للإعلام الدولى.
٢. يتعرف المقصود بالإعلان الدولى.
٣. يتعرف المقصود بالعلاقات العامة الدولية.
٤. يوضح العلاقة بين الإعلان الدولى والعلاقات العامة الدولية من منظور اقتصادى.
٥. يحدد أثار الإعلان الدولى على الهوية والخصوصية الثقافية للدول.
٦. يذكر مداخل واستراتيجيات الإعلان الدولى.

العناصر:

- مقدمة.
- الإعلان الدولى والعلاقات العامة الدولية، شركاء رئيسيون فى عصر العولمة.
- عالمية المنتجات والخدمات.
- الوكالات الكبيرة.
- آثار العولمة.
- ملخص الوحدة الخامسة.
- أسئلة على الوحدة الخامسة.
- الإجابة عن أسئلة الوحدة الخامسة.

المفاهيم الرئيسية:

الإعلان الدولى- العلاقات العامة الدولية- التنميط، التشابه- الاختلاف- التخصيص- الهوية.

الوحدة الخامسة

عالمية الإعلام الدولى "أدواته وفنونه"

مقدمة :

لا يزال الإعلام بوسائله المتعددة مثار جدل واسع فى العديد من الأوساط والمجتمعات الوطنية والإقليمية والدولية، ويتركز محور هذا الجدل حول الاختلال الواضح فى النظام الإعلامى العالمى الراهن. وقد أثيرت قضية التوزيع غير المتكافئ لوسائل الإعلام فى الدورة السادسة عشرة للمؤتمر العام لليونسكو عام ١٩٧٠ ، وطالبت الدول النامية بإقامة نظم دولية لتبادل الأنباء بصورة أكثر توازنا وأكدت أحقيتها فى حماية هويتها الثقافية.

ويرى بعض الباحثين أن سيطرة وسائل الاقتصاد الغربى على العالم، وسيطرة وسائل الإعلام الغربية بمضامينها المختلفة تؤدى إلى التبعية الاقتصادية والإعلامية والثقافية لمجتمعات العالم الثالث لخدمة مصالح رأس المال العالمى. فإذا كان الاقتصاد العالمى المعاصر يسعى إلى تعزيز سيطرته من خلال تحالف رأس المال العالمى وتحطيم الحواجز القوية وتوحيد السوق العالمية فإن القضية فى المجال الثقافى تصبح كيفية توظيف الإعلام ومضامينه المختلفة (الثقافية والاجتماعية والسياسية، إلخ) فى مجتمعات العالم الثالث لخدمة هذه الأهداف.

فى هذا السياق، تتعدد مفاهيم الإعلام الدولى، ولذلك يصعب وضع تعريف محدد له نتيجة لتعقد العلوم وتشابكها من جهة والتطورات التى تحدث على الساحة الدولية من جهة أخرى. يشير د. راسم الجمال(٢٠٠٥) إلى أن الإعلام الدولى أو الاتصال الدولى عرف فى عدة مواقع على أنه قد يعكس اتصالاً بين الثقافات، أو انتقالاً للرسائل عبر الحدود الدولية بين الدول، إلا أن الباحث قد أشار إلى أن معظم التعريفات التى وُضعت فى هذا السياق معيبة، موضحاً أن للإعلام

الدولى خصائص محددة تتمثل فى العمدية والقصدية وتنوع المضامين التى يحملها وتقنيات التوزيع المختلفة والمستخدمة فى هذا الإطار. هذا بالإضافة إلى الطبيعة السياسية والثقافية للإعلام الدولى؛ بمعنى أنه يعكس ثقافة وسياسة المجتمع الذى ينتمى إليه. ويفضل راسم الجمال (٢٠٠٥) تحديد موقع الإعلام الدولى فى إطار تطور النظام الدولى، أى منذ ابتكار التكنولوجيا مروراً بفترات الصراع المسلح خلال الحربين العالميتين: الأولى والثانية ووصولاً إلى مرحلة العولمة.

وقد ارتبط الإعلام الدولى خلال المراحل المختلفة بمفاهيم الهيمنة والخضوع والسيطرة والضبط وغزو وإدارة العقول والاحتكار والتدفق أحادى الاتجاه، من جانب الدول الأقوى تجاه الدول الأضعف.

ومن هنا، يشير بعض الباحثين إلى أن الإعلام الدولى بوسائله المختلفة من صحف دولية وقنوات تليفزيونية عالمية وشبكات إخبارية عالمية ووكالات علاقات عامة دولية ووكالات الإعلام الدولية والإعلان الدولى) يعد مثالاً بارزاً لأنه يعكس مصالح مجموعة من الدول التى قد تحاول فرض نموذجها على الآخر. ولقد لوحظ فى الآونة الأخيرة انتشار الإعلان الدولى وتعاظم دور العلاقات العامة الدولية، وهما عنصران من أهم أدوات الإعلام الدولى.

وتختلف العلاقات العامة الدولية عن الإعلان الدولى من منظور العديد من الباحثين. فغالبا ما يرتبط مفهوم العلاقات العامة الدولية بالتفاهم فى حين يرتبط مفهوم الإعلان الدولى بالهيمنة والسيطرة والصراع والغزو. ويعتبر بعض الباحثين الإعلان الدولى وسيلة من وسائل الغزو الثقافى عامة والاقتصادى خاصة لأنه فى الأغلب الأعم يرتبط بشركات دولية عابرة للقارات. وهى إعلانات تقوم بالترويج عن سلع كمالية لا تناسب اقتصاديات الدول النامية وتؤدى إلى حدوث اختلال بها. هذا بالإضافة إلى قيام الإعلان الدولى ببث قيم وثقافات مختلفة تؤثر على القيم السائدة فى المجتمع. فهدف الإعلان هو التقريب

بين الاحتياجات، ولكن ما يحدث من خلال الإعلان الدولى هو حالة من التغريب الثقافى للدول النامية من جانب الدول الرأسمالية الغربية وخاصة الولايات المتحدة.

وفيما يتعلق بالعلاقات العامة، فمما لا يدع مجالاً للشك أن العلاقات العامة قد أصبحت ضرورة فى هذا العصر الذى يتميز بالتغيرات السريعة والأحداث المتلاحقة. وقد لجأت الدول التى تحرص على تكوين صورة معينة لها فى المجال الدولى إلى إنشاء هيئات متخصصة تأخذ على عاتقها تقديم مجتمعاتها وأنظمة الحكم فيها إلى العالم بالشكل الذى يساعدها على تحقيق أهدافها ونجاح سياستها الخارجية. ولذلك انتقلت العلاقات العامة إلى مجال الممارسة القومية لتوطيد أقدامها على الصعيد الدولى. وإذا كانت المجتمعات القديمة والوسطى قد عرفت بعض صور العلاقات العامة على النطاق الخارجى، فإن التطور العلمى للعلاقات العامة فى هذا القرن قد جعل من ممارستها على هذا المستوى عملاً ضخماً يحتاج إلى جهود هائلة وخبرات فنية متعددة.

ومن هنا جاء دور العلاقات العامة فى المجال الدولى مصاحباً لحاجة هذا المجتمع الماسة إلى إحلال التفاهم والسلام محل القتال، فهى تسعى من خلال رسالتها السامية إلى التوفيق بين الاتجاهات المتعارضة والمصالح المتضاربة بغية تحقيق التناغم بين هذه الاتجاهات والمصالح.

الإعلان الدولى والعلاقات العامة الدولية، شركاء رئيسيون فى عصر العولمة :

La Publicité et les Relations Publiques, Partenaires Essentiels de la Mondialisation

إذا كانت المناقشات قد احتدت بالنسبة لدور الوكالات الصحفية الكبرى وشبكات المعلومات فى جمع ونشر المعلومات، فإن المناقشات تأخذ نفس المسار بالنسبة لنتائج وآثار العولمة على الإعلان، وبصفة خاصة الحملات الكبيرة للعلاقات العامة.

فـى هذا السياق، الإعلان هو أحد أنشطة العلاقات العامة. وفى الواقع، فإن بعض الفاعلين السياسيين أو التجاريين أو الاجتماعيين يستطيعون، من خلال عدة مراكز حضرية أو بعض المنظمات والمؤسسات الكبيرة، فرض خطاب موحد على العالم أجمع يُحدد فيه طريقة التفكير وطريقة الأكل وطريق التسلية والحزب السياسى الذى يمكن مساندته أيضاً.

ومن هنا، توظف استراتيجيات العلاقات العامة فى تدعيم الحملة الإعلانية لمؤسسة ما. فإذا كانت هناك مظاهر وقرارات تنتشر فى نفس الوقت وتُعلن للعالم، فإن هذا يعنى أن هناك أنشطة علاقات عامة تسهل عملية نشر المعلومات. فالقرار إذا لم تصاحبه حملة منظمة لن يُعرف على الإطلاق.

من جهه أخرى، فإن كوكاكولا وماكدونالدز وبيبسى ونايك Nike ومارلبورو وغيرها من الماركات الأخرى متواجدون على الساحة بسبب الإعلان. كما أن سباق السيارات ومباريات التنس كلها "فترينات إعلانية" أكثر منها منافسات رياضية.

أولاً - عالمية المنتجات والخدمات:

حظيت مسألة التوحيد القياسي للإعلان الدولي Standardization في مقابل تكييفه ليلائم البيئة الوطنية التي سيوجه إليها Localization - كما يشير خالد شاكر(٢٠٠٤)- باهتمام الكثير من الباحثين والمعلنين على حد سواء، ولم يتم التوصل إلى نتيجة متفق عليها بالنسبة لأفضلية إحدى الاستراتيجيتين، حيث يؤكد أنصار "التنميط" على أن الاختلافات بين الدول هي اختلافات في "الدرجة" أكثر منها اختلافات في التوجه Direction ، ويركزون بدلاً من ذلك على السمات المتشابهة للمستهلكين في أنحاء العالم ، لذلك فقد يرضى المستهلك عن منتجات أو رسائل إعلانية متشابهة. ومن أهم ميزات "التنميط" بالنسبة للمعلن: انخفاض تكلفة التخطيط ، وبناء صورة ذهنية دولية للعلامة التجارية

وللشركة في جميع أنحاء العالم ، وتبسيط عملية التنسيق والتحكم ، واستغلال الأفكار الجيدة.

وبالنظر إلى الفوائد التي يمكن تحقيقها من خلال "التنميط"، يصبح سعي المعلنين إلى استخدام استراتيجية موحدة أمراً مفهوماً . ومن منظور أمريكي تعتبر "غربنة" Westernization الأسواق الكائنة خارج الولايات المتحدة وتغريب الإعلان الموجه لهذه الأسواق هى الضالة المنشودة. يشير أستاذ "التسويق العالمي" ثيودور ليفيت Theodore Leavitt إلى أن العالم يتحول ليصبح سوقاً واحدة، يرغب الناس – بصرف النظر عن المكان الذي يعيشون فيه – في نفس المنتجات وأساليب الحياة، ولا سيما المنتجات الأمريكية حيث يُدخن المستهلكون حول العالم سجائر مارلبورو ويستخدمون أقلام باركر ويأكلون من ماكدونالدز ويستخدمون بطاقات أمريكان إكسبريس في مشترياتهم.

أما أنصار "المحلية" أو "التخصيص" أي تكييف الإعلان ليلائم السوق الذي سيتوجه إليه، فيرون أن المعلنين يجب أن يضعوا في اعتبارهم الاختلافات بين الدول بما في ذلك الثقافة ودرجة التطور الاقتصادي والصناعي، والمرحلة التي يمر بها المنتج في دورة حياته، ومدى توافر الوسائل، والتشريعات والقوانين السائدة. وفقاً لهذه الاختلافات يصبح قيام المعلنين بتوفيق رسائلهم مع الأسواق المحلية أمراً أساسياً، وتشهد الأخطاء الفادحة للعديد من المعلنين الدوليين على خطورة عدم اتباع مدخل محلي في التعامل مع الاستراتيجية الإعلانية على المستوى الدولي.

فى هذا الإطار، يُصبح الإعلان في حد ذاته منتجًا ثقافيًا، حيث تذهب ميزانية الإعلان سدى فى حالة عدم مراعاة خصوصية المجتمعات المحلية، وقد يأتي ضياع الميزانيـة في هيئـة فرص ضائعة أو ربما أسوأ من ذلك في هيئة صورة ذهنية سلبية عن المنتج. ولعل هذه المقولة تدعم موقف مؤيدي "المحلية" في الإعلان العالمي Global advertising ، على الرغم من أن

عوائق تطوير "إعلان محلي أو متخصص" قد تكون عديدة ومن الصعب توقعها.

إلا أنه من المتفق عليه بصفة عامة أن المستهلكين يستجيبون بشكل محابي للرسائل الإعلانية التي تتفق مع ثقافتهم ويكافئون المعلنين الذين يتفهمون ثقافتهم ويفضلون إعلاناتهم لأنها تعكس قيم ثقافتهم. لذلك فإن فهم الاختلافات الثقافية يعتبر ضرورة للإعلان الدولي الناجح، وإذا استطاع المعلن التنبؤ بالاختلافات عبر الثقافات فإن مهمته تكون سهلة للغاية.

وتسمح التجارة الدولية للمنتجات المختلفة فى التواجد أينما وُجد الطلب عليها. فلا يوجد حدود عند تصدير هذه المنتجات. ولإحتكار هذا السوق، تظهر مؤسسات ضخمة نتجت عن إندماج العديد من المؤسسات المتنافسة التى تسيطر على العالم. ومن هنا، ظهرت عالمية أنشطة العلاقات العامة والإعلان.

ولكى تعمل هذه المؤسسات على مستوى السوق العالمى، فإنها تلجأ للإتصال من خلال المدخلين Approches السابق ذكرهما و هم باختصار:

المدخل الأول: يشير إلى توحد واشتراك جميع المستهلكين على مستوى العالم فى نفس الرغبات والاحتياجات الأساسية، ومن هنا فقد تم إشباع هذه الرغبات من خلال منظور اتصالى عالمى.

إذن، بالنسبة لهذه المدرسة فإن الاختلافات بين الدول تتعلق بمتغيرات غير مرتبطة بالتوجه؛ أى أن هناك تنميطًا وتوحدًا للرسائل العالمية.

المدخل الثانى: يرى أن كل ثقافة لها خصوصيتها وأن المستهلكين يختلفون من بلد لآخر ، وبالتالى فلا بد من استخدام مدخل اتصالى يحترم كل ثقافة ويحترم خصوصياتها، فالاتصال العالمى يجب أن يتوافق مع الثقافات الوطنية.

بالنسبه لمدخل تنميط الاتصال على مستوى العالم، فقد قوبل بعدة إنتقادات من قبل نظريات تؤكد أن البيئة الثقافية للفرد تؤثر على إدراكه للحقائق من

حوله. من جهة أخرى، تأكد هذا المدخل من خلال النجاحات الدولية لبعض المنتجات الثقافية التى تجتاح العالم من خلال الأفلام الموحدة والمغنيين وطريقة الملبس والأكل السريع Fast Food.

من جهة أخرى، وبالنسبة للمدخل الثانى الخاص باحترام قيم الثقافات المحلية، هناك العديد من الدراسات التى أكدت على أولوية التعبير المحلى. بالنسبة لهم، تمثل الأرض كوكبا واحداً ذات اختلافات متنوعة.

وإذا كانت الاعتبارات الثقافية تؤخذ فى الاعتبار، فإنه لا يمكن إنكار تطور الثقافات نتيجة للأنشطة الإعلانية المختلفة. وقد تدعم هذه التطورات رؤية مؤيدى فكرة عالمية المنتجات والاتصالات وإمكانية أن أى شىء يمكن أن ينتشر عالمياً. وبهذا فقد بحثت المؤسسات الضخمة كثيرة العدد على المستوى الدولى عن وكالات قادرة على نشر نفس الرسالة من نفس المركز على العالم أجمع.

ومع عالمية المنتجات والخدمات والأفكار تتولد وكالات عالمية قادرة على إدارة الرؤية العالمية على جميع عواصم العالم. وتحاول هذه الوكالات تكوين "صورة دولية" Image internationale وتعميمها على الكل. ولاحتكار العملاء، فإن وكالات الإعلان والعلاقات العامة الدوليين قد اتبعوا نفس طرق الشركات الكبيرة: التجمعات أو الاندماج وبهذا فهناك بعض الشركات الرئيسية هى التى توجد على الساحة الدولية ويمكنها تقديم خدمات لعملائها.

وقد أشار أرمان ماتلار Armand Mattelart إلى نتائج هذا الفعل من خلال مثال البرازيل التى تُعد من أكبر مصدرى عصير البرتقال وأضعف مستهلكيه، ولكنها تستهلك فانتا برتقال التى لا تحتوى على أى فاكهة طبيعية فى الوقت الذى يعانى فيه الشعب من نقص مرتفع فى فيتامين C. فقد أصبحت البرازيل واجهة لترويج المياه الغازية: كوكاكولا.

إذن، تلجأ هذه الشركات الضخمة من خلال وكالاتها المختلفة إلى المدخل

العالمـــى mondiale Approche ولا يلجـأون إلــى المـداخل الوطنـيـة/القومـيـة Approches nationals إلا فى حالة الضرورة القصوى. ومن هذا المنظور، فقد طوروا مصطلح "Think globally, act locally". ومن هنا، فإنهم يبحثون عن شـركات العلاقات العامة والإعلان القادرة طبقا للظروف علـى فرض أو تعديل الحملات العالمية طبقا لمقتضيات السوق المحلية.

ثانياً - الوكالات الكبيرة Les grandes agences:

من بين الأخلاقيات المتبعة فى عـالم وكـالات الاتـصالات، هـو تجنب أى تـنـاقض للمـصالح التـى يمكـن أن تأتـى مـن خـلال خدمـة وكالـة واحـدة لعمـلاء متنافسين يعملون فـى نفس النشاط. ومن هذه الزاوية، فكل نشاط لا بد أن تكون لـه وكالـة تخدمـه. ومن هنا، فـإن انـدماج الوكالات أسفر عن وجود أربع شبكات لوكالات إعلانية دولية وثلاث فى مجال العلاقات العامة الذين ينتمون إلى إحدى الـشبكات الإعلانـيـة الكبيـرة. ومـع هـذه الـتجمعات الكبيـرة، تـوجد تجمعـات واندماجات لوكالات فردية.

ففى مجال الإعلان، هناك:

- Omnicom group.
- Interpublic group.
- WPP.
- Young & Rubicam.

وهناك أكثر من ١٠ (من ١٥) وكالات إعلانية كبيرة فى كندا مرتبطة بهذه الوكالات الكبرى. وأكثر من نصف الوكالات فى كيبك مرتبطة بهذه الشبكات الكبيرة.

وتـوجد هـذه الـوكالات لخدمة عملاء مهمين متواجدين على الساحة العالمية. فقد أنفقت نحو مائة شركة تقدم خدمات ومنتجات خارج الولايات المتحدة ٣٦,٥ مليار دولار أمريكى عام ١٩٩٨.

ولتسهيل مهمة المعلنين، تتطور الوسائل والرسائل والبرامج التليفزيونية التى يراها ملايين من الأشخاص على مستوى العالم. فمجلة Elle تصل إلى ٥ ملايين فرد، و National Geographic (٨ ملايين) وReader's digest (٢٦ مليون). وفى التليفزيون، تصل شبكة MTV إلى ٢٨٥ مليون مشاهد ، وتصل CNN إلى ٢٢١ مليون فرد. ولتوظيف رؤوس الأموال فى الوسائل، تولدت وكالات كبرى لعملية التوظيف. فقد وظفت McCann – Erikson WorldWide ١٤ مليار دولار أمريكى على مستوى العالم عام ١٩٩٨.

أما فى مجال العلاقات العامة، فتمثلت الوكالات الكبرى فى:

- Shandwick والتى تشكل طرفاً فى وكالة Interpublic Group Burson – Marsteller Young & Rubicam.
- Hill & Knowlton وهى فرع العلاقات العامة لوكالة الإعلان J. Walter Thompson وهى عضو فى المجموعة العالمية الكبرى WPP.
- Worldcom Group وهى مكونة من شبكة من ٦٠ وكالة فردية.
- وتبقى Edelman Public Relations Worldwide هى الوكالة الكبرى المستقلة فى مجال العلاقات العامة.

ويلاحظ أن هناك تداخلاً فى التنظيم الإدارى لوكالات الإعلان ولوكالات العلاقات العامة، إلا أن تباين الأنشطة يدفع إلى اللجوء للوكالة التى تتناسب وتتفق مع كل نشاط.

- فالعلاقات العامة تهدف إلى إقامة علاقات وطيدة بين منظمة وجماهيرها. وبالنسبة للمؤسسات والمنظمات، فهى تمثل أداة إدارية موجهة لإقامة علاقات متبادلة نوعية للمؤسسات وكذلك للجماهير. وللتوصل لذلك، تقوم وكالات العلاقات العامة بتنظيم ونشر تصريحات

للصحفيين حتى يتم نشرها فى الوسائل الإعلامية المختلفة. وتركز التصريحات على صورة المؤسسة أو المنظمة. إذن، تقترح العلاقات العامة معلومات للوسائل الإعلامية، وهذه الوسائل هى التى تحدد النشر من عدمه.

- أما الإعلان، فهو يتعلق ببيع المنتجات وتقديم الخدمات، فالإعلان يحث المستهلك على الشراء. وعلى العكس من العلاقات العامة، فإن المؤسسة الإعلانية تشترى مساحه إعلانية وتتحكم تماماً فى الرسالة. والصحفى ليس له أى دور فى هذا السياق. وهذا يعنى أن الإعلان يوجه معلومة متحكم فيها وخاضعة للسيطرة ، فى حين أن العلاقات العامة لا تتحكم فى المعلومات.

وفيما يلى بعض أمثلة للعلاقات العامة والإعلان الدوليين:

- عندما قررت شركة Perrier سحب زجاجات المياه الغازية من الأسواق نتيجة وجود شوائب بنزين بها، اختارت الشركة أن تعقد مؤتمرًا صحفيًا فى نيويورك. ومن خلال الوسائل الإعلامية، فإن المعلومة تصل مباشرة إلى العالم أجمع.
- عندما تطرح Celine Dion ألبومًا جديدًا، فعواصم العالم تتحدث عنه بفضل الجولات الترويجية والعلاقات الصحفية.
- نشاط العلاقات العامة يظهر عند التركيز من خلال الإعلام على شخصيات بعينها أثناء المباريات.
- عندما تنتقل الشخصيات الرسمية من دولة إلى أخرى ويصحبون معهم العديد من الصحفيين، فهذه أنشطة منظمة من جانب العلاقات العامة.
- وقد لا تظهر الحملات الإعلانية على أنها تحمل صفة الدولية لأن المستهلكين فى كل دولة قد يعتقدون بأن ما يشاهدونه فى التليفزيون قد

يخصهم وحدهم وقاصر عليهم. "اشربوا كوكاكولا" هو شعار منتشر وموجه لجميع الدول والشعوب. واستعانت الحملة بالمشاهير لاستقطاب بعض القطاعات الشبابية. وحتى الأحداث الدولية الكبيرة فهى محاطة بساحة من الإعلانات. وهذه الإعلانات يجب أن تتجنب المساس بثقافة وعادات الدول المستقبلة (فالعرى والجنس واستهلاك الخمور والأبقار، الخ) كلها مظاهر تختلف من ثقافة إلى أخرى. وكذلك المؤسسات والمعلنون فهم لا يريدون جرح مشاعر جماهيرهم ، ولذلك فهم يطلبون من الوكالات الإلتزام بالخصوصيات المحلية فى الإعلان عن منتجاتهم.

ثالثاً - أثار العولمة:

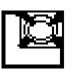
أصبح الأمريكيون أبطال العولمة، فقد نجحوا فى فرض ثقافتهم ونمط حياتهم American way of life ولغتهم كقيم ذاتية تخص كل فرد. وهذا يتناقض مع مبدأ التسويق Marketing الذى يقوم بتحليل الرغبات والاحتياجات حتى يمكن الاستجابة لها. ولكن من خلال ظاهرة العولمة، يُفرض على المستقبل منتجات وخدمات قد لا يكون فى حاجة إليها".

بالإضافة الى ذلك، هناك ظاهرة تماثل وتشابه المعلومة على مستوى العالم Uniformiser، ولكن لم يثبت ذلك ؛ لأن الأجهزة المرئية فى العالم تهتم بأخبارها المحلية ويكون اتجاه تدفق الإعلام من جانب واحد: من المركز إلى الأطراف.

ونخلص من ذلك إلى تساؤل هام: هل نحن أمام هيمنة ثقافة أمريكية على العالم ، وهل يمكن اعتبار العولمة انفتاحًا على العالم أم هى نوع من فرض الثقافة والسياسة الأمريكية؟ بمعنى أدق، هل العولمة أمركة؟

فى مجال العلاقات العامة والإعلان، يمكن القول إن هناك بعض المنتجات والخدمات التى تستلزم إعلانا دوليا ولكن لكى يُغير الناس من اتجاههم ومن سلوكهم فى مواجهة القيم المتأصلة، لا بد من مدخل يراعى الثقافة المحلية.

وفى هذه الحالات، ما يصنع الدولية هو تأكيد الاختلاف والتعدد والتنوع وليس التجانس والتشابه. ولكن القضية المطروحة فى مواجهة العولمة هى بحث المؤسسات الكبيرة والقوى الكبرى عن "التجانس" Homogéneisation والتنميط ونشر ثقافة موحدة على العالم أجمع.



ملخص الوحدة الخامسة

- تتناول الوحدة الإعلان الدولى والعلاقات العامة الدولية كأحد أهم وأخطر الأدوات الاتصالية للإعلام الدولى الأجنبى. فهناك أيضاً الصحف الدولية والقنوات التليفزيونية العالمية والشبكات الإخبارية العالمية ووكالات الإعلام الدولية، إلا أن تركيزنا هنا ينصب على علاقة الإعلان الدولى والعلاقات العامة الدولية بالهوية والخصوصية الثقافية للمجتمعات المحلية.

- وتختلف العلاقات العامة الدولية عن الإعلان الدولى فى هذا السياق، حيث يرتبط مفهوم العلاقات العامة الدولية بالتفاهم ، فى حين يرتبط مفهوم الإعلان الدولى بالهيمنة والسيطرة والصراع والغزو. فالإعلان الدولى خاصة يرتبط بالشركات متعددة الجنسيات ويسوق سلعاً استهلاكية تزيد من تخلف الدول النامية. هذا بالإضافة إلى قيام الإعلان الدولى ببث قيم وثقافات مختلفة تؤثر على القيم السائدة فى المجتمع. وقد تعاظم هذا الأمر خاصة فى عصر العولمة. أما العلاقات العامة الدولية فهى من منظور اقتصادى، تلعب دوراً مسانداً للإعلان الدولى. ومن منظور إعلامى، تسعى إلى تكوين صورة معينة عن الدول وتحمل الهيئات التى تعمل فى هذا المجال على عاتقها عبء تقديم مجتمعاتها وأنظمة الحكم فيها إلى العالم بالشكل الذى يساعدها على تحقيق أهدافها ونجاح سياستها الخارجية.

أسئلة على الوحدة الخامسة

؟

أولاً- ضع علامة (√) أمام الإجابة الصحيحة وعلامة (×) أمام الإجابة الخطأ :

١- من أدوات الإعلام الدولى الصحف الدولية والمحلية. ( )

٢- تختلف العلاقات العامة الدولية عن الإعلان الدولى من منظور اقتصادى. ( )

٣- يرتبط مفهوم العلاقات العامة الدولية بالصراع. ( )

٤- يرتبط مفهوم الإعلان الدولى بالحوار والتفاهم. ( )

٥- يُعد الإعلان أحد أنشطة العلاقات العامة. ( )

٦- يؤكد أنصار التنميط على أن الاختلافات بين الدول هى اختلافات فى التوجه. ( )

٧- يؤكد أنصار المحلية أو التخصيص على ضرورة مراعاة الخصوصية الثقافية والاختلافات بين الدول. ( )

٨- تلجأ الشركات متعددة الجنسيات إلى المداخل الوطنية وليس العالمية. ( )

ثانياً- أكتب باختصار ما تعرفه عن:

١- المقصود بمفهوم الإعلان الدولى.

٢- المقصود بمفهوم العلاقات العامة الدولية.

٣- دور الإعلان الدولى.

٤- دور العلاقات العامة الدولية.

٥- علاقة الإعلان الدولى والعلاقات العامة الدولية بالهوية الثقافية

للمجتمعات المحلية.

٦- المقصود باستراتيجية التنميط.

٧- المقصود باستراتيجية الاختلاف.

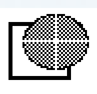
☑

الإجابة عن أسئلة الوحدة الخامسة

أولاً: ١- (×) ٢- (×) ٣- (×) ٤- (×)

٥- (√) ٦- (×) ٧- (√) ٨- (×)

ثانياً: متروك للدارس.



الوحدة السادسة
خصوصية المجتمعات المحلية مكوناتها وطرق قياسها

الأهداف السلوكية:

بعد دراسة هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادرًا على أن :

١. يتعرف المقصود بخصوصيات المجتمعات المحلية.
٢. يتعرف المقصود بالهوية الثقافية.
٣. يتعرف المقصود بالهوية القومية.
٤. يحدد عناصر الهوية الثقافية.
٥. يوضح مكونات الهوية القومية.
٦. يذكر كيفية قياس الهوية القومية.
٧. يذكر مدى تأثر الهوية بالسياق البيئى (السياسى والاقتصادى والثقافى والاجتماعى والاقتصادى).

العناصر:

- ما هى الهوية الثقافية
- ما هى الهوية القومية.
- مكونات الإطار النظرى للهوية القومية.
- قياس الهوية القومية:

- الموروث القومى.
- التجانس الثقافى.
- نظام المعتقدات (البناء العقائدى).
- التعصب العرقى.

- دراسات تأثر الهوية بالسياق السياسى للمجتمع.
- ملخص الوحدة السادسة.
- أسئلة على الوحدة السادسة.
- الإجابة عن أسئلة الوحدة السادسة.

المفاهيم الرئيسية:

الهوية- الهوية الثقافية- الهوية القومية- مكونات الهوية- قياس الهوية- الهوية والسياق السياسى.

إن الحديث عن الخصوصية والهوية أصبح من الموضوعات الثقافية وقضايا الفكر السياسي والاجتماعى التى يحتدم النقاش حولها، وخصوصاً في ظل المتغيرات المتسارعة التى يعيشها كل مجتمع ذى تراث وهوية حضارية يسعى إلى الحفاظ عليها وعلى ذاتيته وأصالته وتقاليده انطلاقاً من عقيدة دينية يؤمن بها، فالدين هو الذي ينشئ منظومة من القيم الأخلاقية والخصوصيات الثقافية المتميزة، وكذلك اللغة التي تعكس ثقافة الأمة وطريقتها في الحياة ومنهجها في التفكير. والتاريخ الذى يعكس الإسهامات العلمية والحضارية للأمة في كافة المجالات.

الهوية الثقافية :

والحديث في هذا السياق يتعلق بالهوية الثقافية. ويشير دينيس كوش

Denys Cuche (2001) إلى أن التساؤلات المتعلقة بمسألة الهوية تكون عادة مرتبطة بقضية الثقافة. ويرى كوش أن الهوية الثقافية يمكن أن تعرف من زاويتين : الزاوية الموضوعية والزاوية الذاتية. فمن الناحية الموضوعية، تعرف الهوية الثقافية باعتبارها ميراثاً بيولوجيا Héritage Biologique يميز الفرد في مجتمع ما ويتعلق بالجماعات التى ينتمى إليها، وفى هذه الحالة يكون الأصل أو الجذور هو أساس الهوية الثقافية. كما تعرف الهوية الثقافية باعتبارها ميراثاً ثقافياً Héritage culturel مرتبطاً بالتنشئة الاجتماعية للفرد داخل الجماعة الثقافية التى ينتمى إليها.

هذه المفاهيم الموضوعية للهوية تصفها من خلال مجموعة من المعايير المحددة مثل اللغة والثقافة والدين والارتباط بالأرض والأصل المشترك، إلخ. فبالنسبة للموضوعيين، فإن وجود جماعة بدون لغة أصلية وثقافة خاصة بها وأرض تمتلكها، لا يمكن أن يقودها إلى المطالبة بهوية ثقافية أصيلة Authentique.

إلا أن هذه المفاهيم الموضوعية للهوية الثقافية قد تعرضت لانتقادات شديدة من جانب المفكرين ، الذين يفضلون وضع تعريف ذاتى لمفهوم الهوية. فبالنسبة لهم، الهوية الثقافية ليست إلا إحساساً بالانتماء إلى مجتمع ما، وهذا المجتمع قد يكون خيالياً لا يتواجد إلا في ذهن الفرد. وبالتالى، فإن هؤلاء المحللين يرون أن تمثيلات الأفراد للواقع الاجتماعى وطرق إدراكهم له هو ما يُعتد به في هذه الحالة.

وإذا كانت مفاهيم الهوية من "زاوية موضوعية" تعتبر الهوية ظاهرة استاتيكية مرتبطة بمجتمع غير متغير وغير متحرك، فإن مفهوم الهوية من "زاوية ذاتية" يضع في المقام الأول قابلية الهوية للتغيير.

وتؤكد المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (ألسكو) على أن الهوية الثقافية ليست مركباً جامداً من الخصائص والقيم والتقاليد ، لكنها مجموعة من

المشاعر والأفعال ومن السمات التاريخية والأبعاد الفكرية والفنية والروحية، وأنها من المعطيات الحية للسلوك والتى تعنى بالحوار والتطور والأخذ والعطاء والإبداع الذاتى، فهى تعيد خلق ذاتها في إطار خصائصها لأنها في حركة داخلية مستمرة، وتتغذى بالموروثات العريقة للمجتمع وبالقدرات الداخلية الإبداعية فيه ، كما تتغذى بالإسهامات الخارجية عن طريق الاستيعاب والتحوير والتمثيل.

وتبعاً لذلك، إذا كان الدين والثقافة واللغة والتاريخ يعطون للهوية نوعاً من الثبات والأصالة والاستمرار، فإنها قابلة للتكيف- إلى حد ما- مع المتغيرات الاجتماعية والثقافية والسياسية. فالهوية ليست شيئاً معطى على نحو مكتمل وجاهزاً سلفاً، وإنما هى عملية تكوين من خلال ما كان وما هو كائن وما سوف يكون. وهى شيء يصنع باستمرار، ينتقل من جيل إلى آخر بواسطة الخبرات والتفكير والممارسات الأخلاقية والدينية والسياسية والاقتصادية بالإضافة إلى مظاهر الإبداع الأدبى والفنى والتكنولوجى.

وتعتبر الهوية الثقافية مكوناً من مكونات الهوية القومية؛ فالهوية الثقافية تعنى الشخصية، كما أن الشخصية تعنى الخصوصية، بينما الخصوصية تعنى الاختلاف، ومن ثم فإن الهوية تكمن في الاختلاف عن الآخر فى ظل توحد الأمة.

الهوية القومية :

يعرِّف مصطفى الشقيرى هوية الأمة بأنها "مجموعة السمات التى تعرف بها وتميزها عن غيرها من الأمم وتشكل أنماط السلوك في حياة الأفراد والمجتمعات، فهوية الأمة هى ضمان ثباتها واستمرارها وتميزها بين الأمم".

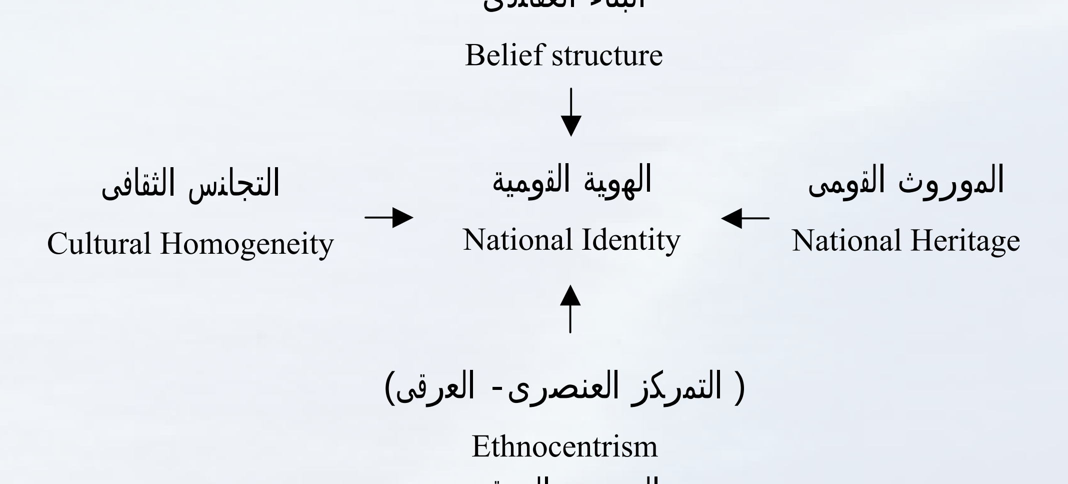
وفى هذا السياق، يؤكد الباحثان بروس كيلور وتوماس هالت Bruce D. Keillor, G. Tomas M.Hult أن هوية الأمة أو الهوية القومية National Identity تقوم على فكرة أن هناك عدداً محدوداً من العناصر

المتميزة التى تميز كل ثقافة عن غيرها من الثقافات وتساعد على استمرارها، وعلى هذا يعرف الباحثان الهوية القومية بأنها "مجموعة المعانى والمفاهيم التى تمتلكها ثقافة معينة وتميزها عن غيرها من الثقافات".

مكونات الإطار النظرى للهوية القومية وطرق قياسها :
Components of the National Identity Framework

(١) المكونات:

أشار الباحثان كيلور وهالت (1999) إلى المكونات الأساسية للهوية القومية في الشكل التالى:



ويتميز هذا الإطار بأنه يحاول أن يتجاوز تعريف الهوية القومية اعتماداً على الخصائص السلوكية والشخصية فحسب، ويهتم بعوامل أخرى أيضاً دون أن يغفل أهمية وتأثير هذين العاملين.

ويعرف مكون البناء العقائدى Belief Structure على أنه الدور الذى يلعبه الدين والمعتقدات القومية في تيسير المشاركة الثقافية والتضامن بين أبناء الثقافة الواحدة. ويوفر هذا المكون الأدوات التى تساعد على حل النزاعات،

وتقليل التوترات بين أبناء الثقافة الواحدة.

أما مكون الموروث الثقافى أو القومى Cultural or national heritage فإنه يعرف في ضوء أهمية الشخصيات والأحداث التاريخية، فهو يعكس إحساس أبناء الثقافة الواحدة بمدى تميز تاريخهم.

ويعرف مكون التجانس الثقافى Cultural Homogeneity على أنه عدد الثقافات الفرعية داخل الحدود القومية، والتى يمكن فى حالة عدم تجانسها أن تقلل من قوة الترابط داخل الهوية القومية الواحدة، كما هو الحال في الثقافات الفرعية العديدة داخل الولايات المتحدة.

والمكون الآخر للهوية القومية هو التعصب العرقى Ethnocentrism وهو ميل الأفراد أو المجتمعات لإجراء تقييمات ثقافية مستخدمين مفاهيمهم الثقافية الخاصة باعتبارها الأساس في هذه التقييمات.

(٢) قياس الهوية القومية :

قام الباحثان كيلور وهالت بتطوير مقياس للهوية القومية بدأ بـ (١١٤) بندًا تدور حول المكونات الأربعة الفرعية للهوية القومية، وتم تحكيم هذه البنود واختبارها اختباراً قبلياً حتى تم اختصارها إلى (١٧) بنداً عملياً وقابلاً للتطبيق وبصفة خاصة على المجتمع الأمريكى، وهذه البنود هى:

١- الموروث القومى:

- شخصيات هامة من تاريخ الدولة تنال إعجاب المواطنين حتى الآن.
- التأكيد على الأحداث ذات الأهمية التاريخية (وهو ما يميز المجتمع الأمريكى).
- تمتلك الولايات المتحدة موروثاً تاريخياً قوياً.

٢- التجانس الثقافى:

- يمتلك الفرد الأمريكى سمات ثقافية معينة لا تملكها الشعوب الأخرى.

- يشعر الأمريكيون بصفة عامة أنهم ينحدرون من خلفية ثقافية متقاربة.
- يفخر الأمريكيون بجنسيتهم.
- ينضم الأمريكيون عادة في أنشطة تعرفهم على أنهم أمريكيون.

٣- نظام المعتقدات (البناء العقائدى):

- الفلسفة الدينية الخاصة هى التى تجعل الشخص أمريكياً متميزاً.
- من المستحيل أن يكون الفرد أمريكياً حقيقياً إذا لم يخصص جزءاً من وقته للأنشطة الدينية.
- التعليم الدينى هام جداً للحفاظ على تماسك المجتمع الأمريكى.
- الفلسفة الدينية الخاصة ليست جزءاً هاماً من كونى مواطناً أمريكياً.
- الأمريكى الحقيقى لا يتنكر أبداً لمعتقداته الدينية.

٤- التعصب العرقى:

- ينبغى أن نشترى المنتجات المصنعة في الولايات المتحدة بدلاً من أن نساعد الدول الأخرى على الثراء من أموالنا.
- من الأفضل دائماً أن نشترى المنتجات الأمريكية.
- لا ينبغى على الأمريكيين شراء المنتجات الأجنبية لأنها تضر بالاقتصاد الأمريكى وتسبب البطالة.
- أفضل أن أدعم المنتجات الأمريكية حتى وإن كانت تكلفنى أكثر على المدى الطويل.
- يجب أن يقتصر الاستيراد على المنتجات غير المتاحة في الولايات المتحدة.

ومما سبق يتضح أن للهوية القومية عدة أبعاد قد تكون ثقافية وتاريخية ودينية واقتصادية،كما تتأثر الهوية القومية بالسياق والظروف السياسية التى يمر بها مجتمع ما.

ويوضح علىّ الدين هلال أن هوية أى شعب من الشعوب لها أساس في التاريخ، وفي الجغرافيا، وفي اللغة، وفي الدين، وفي الثقافة، وفي المصالح الاقتصادية. فالهوية حقيقة إدراكية، وحقيقة سيكولوجية على المستوى الجزئى والمستوى الفردى والمستوى الجماعى، وذلك في تعدد المستويات لهذا الانتماء ابتداءً من الأسرة والقبيلة الممتدة وانتهاء بالعالم. وهذا الإدراك له واقع وله أساس مادى في التاريخ، وفي الجغرافيا، وفي اللغة كواقع مادى (عملية "عضوية")، وفي الثقافة، وفي المخزون الثقافى للأمة ، وفي دين الأمة لأنه جزء من ثقافتنا، وفي المصالح الاقتصادية. وهذه الهوية تنتقل من جيل إلى جيل من خلال التنشئة الاجتماعية التى تقوم بها الأسرة والجامع والكنيسة ونظام التعليم والكتب والإذاعة والتليفزيون والصحافة والإعلام. وعندما تنجح هذه الأجهزة في نقل الهوية للأجيال الجديدة تنشأ أكثر تناغماً وانسجاماً والعكس صحيح.

إلا أن بعض الباحثين أمثال برهان غليون وحسن عزوزى يرون أن الهوية القومية العربية عموماً تخوض في المرحلة الراهنة معركة بالغة الحدة تهدد وجودها واستقرارها وأصالتها. ويرى حسن عزوزى أن الهوية تتعرض لأزمة شديدة بفعل سيادة ثقافة العولمة وبفعل الضغوط التى تمارسها وسائل الإعلام، ويضيف أن المجالات التى تغذى الهوية والمنبثقة من الأسرة والتربية والثقافة المجتمعية بكل مجالاتها وأبعادها تتعرض أيضاً لمعركة بالغة الحدة. وفيما يتعلق بالأسرة، يرى أن السلطة الأبوية قد تراجعت داخل الأسرة المحافظة لتفسح المجال لمصادر جديدة ، وفى مقدمتها الإعلام المرئى العربي والأجنبي، الذي يساهم في إنتاج قيم أخرى تناهض القيم والثقافة التقليدية ويؤدى إلى تراجع القيم الأخلاقية الأصيلة، من أجل توحيد العالم على مقتضى نظام قيمى جديد لا يعير للمرجعية الدينية أى اعتبار أو اهتمام. ومن جهة أخرى، يؤكد الكاتب أنه بالنسبة للجانب التربوى أصبحت وسائل الإعلام المصدر الجديد لإنتاج القيم التربوية مما يؤثر على التقاليد التربوية القائمة على الدين والفطرة، ويؤدي ذلك

إلى وقوع الأفراد فريسة لصراع داخلى بين واقع الوفاء لقيم الأسرة الملتزمة والرغبة في الخضوع لعوامل إغواء المجتمعات العلمانية وتحقيق الأهواء والرغبات.

أما عن الثقافة القومية، فيوضح الكاتب أنها فى حالة انهيار نتيجة لتضافر الضغوط الثقافية والقيمية الكثيفة الواردة من الخارج، وفى مقدمتها ضغوط وسائل الإعلام الأجنبية ، التى أضحت المؤسسة الثقافية الجديدة التى تقوم وظيفتها مقام المؤسسات الثقافية القومية المتشبعة بتقاليدها وأعرافها وقيمها الأصيلة.

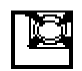
خلاصة القول، يتضح من العرض السابق أن الهوية القومية والثقافية لمجتمع ما تتأثر بفعل السياق السياسى والثقافى والاجتماعى والاقتصادى الخاص بذلك المجتمع، كما أن لقنوات التنشئة الاجتماعية ولوسائل الإعلام المحلية والأجنبية دوراً كبيراً في إضعاف هذه الهوية أو فى تقويتها ودعمها أو في ثرائها (كما سيتضح فى الفصول اللاحقة). ونكتفى هنا بعرض بعض الدراسات التى تناولت تأثر الهوية بالسياق السياسي للمجتمع، ومن بينها :

١- **دراسة جوردون ماثيوز Gordon Mathews** عن الهوية الثقافية للنخبة في هونج كونج عام ١٩٩٧. وهى دراسة كيفية أوضحت أن الهوية ترتبط بالسياسة كما ترتبط بالدين والعادات والتقاليد واللغة والاقتصاد. وقد تناولت الدراسة طبيعة الهوية في المجتمع الهونج كونجى بعد أن حصل على استقلاله عام ١٩٩٧ وانتقل الحكم السياسى لهونج كونج من بريطانيا العظمى إلى الصين. وقد قام الباحث بإجراء مقابلات مع (٤٢) شخصًا ممن يمثلون نخبة المجتمع الهونج كونجى. وتمثلت نتائج الدراسة في أن مواطنى هونج كونج لا يدركون هويتهم، هل هم صينيون أم هونج كونجيون؟ أم هم صينيون هونج كونجيون؟ وأرجع الباحث سبب ذلك إلى الظروف السياسية التى مروا بها من تأثير

المستعمر على هويتهم الثقافية ومحو التاريخ الخاص بهم. وأشار الباحث إلى أنه على الرغم من محاولات المجتمع الصينى إعادة الثقافة الصينية إلى نفوس الشعب الهونج كونجى إلا أن البعض منهم اعترض على هذه السياسة المتبعة واعتز بسياسته التى تنتمى إلى السوق الثقافى العالمى Super market culture. فبالنسبة لهم، يجب أن تسود اللغة الإنجليزية لأنها اللغة العالمية كما أن هونج كونج وإنجلترا والولايات المتحدة يمثلون التقدم في حين أن الصين بلد يمثل التخلف والفقر.

٢- **دراسة جوردون ماثيوز Gordon Mathews** عن هوية الفنانين اليابانيين في ظل معطيات السوق الثقافى العالمى. وهى دراسة قامت على مقابلات مع (١٢) فنانًا يابانيًا ينتمون إلى أجيال مختلفة. وأثبتت الدراسة أن الفنانين كبار السن يمثلون التقليدية وهم أكثر تمسكاً بهويتهم اليابانية في حين أن الفنانين صغار السن يمثلون المعاصرة ويرحبون بكونهم أعضاء في السوق الثقافى العالمى.

٣- **دراسة برنارد لويس** وعنوانها الغرب والشرق الأوسط، **وكتاب جمال حمدان** (١٩٨١) وعنوانه شخصية مصر. ويتضح من خلال هذين المفكرين أن التواجد الفيزيقى للمستعمر وتأييد بعض النخب المحلية "الأوفياء" لنظام وقيم وسياسات المستعمر كان لهما آثار سلبية على الهوية القومية والبيئة الثقافية والاجتماعية والتربوية والتعليمية للمجتمعات المحلية. فقد أشار الباحثان إلى أن تأثر المصريين بالمستعمر الأجنبى وبالنخب المحلية المتغربة قد دفعهم إلى عملية النقل الحرفى للثقافة الغربية. وتمثلت مظاهر ذلك التأثر، كما يرى جمال حمدان، في استبدال المسلمين لزيهم التقليدى بآخر حديث وتفضيل الحياة في عالم تسيطر عليه اللغة الإنجليزية محل المصطلحات العربية.



ملخص الوحدة السادسة

- ما تعريف الهوية الثقافية؟ ما المقصود بالهوية القومية؟ هذا ما تجيب عنه المعلومات المتضمنة فى الوحدة الثانية. فالهوية الثقافية قد تعبر عن ميراث بيولوجى يميز الفرد فى مجتمع ما ويتعلق بالجماعات التى ينتمى إليها. وفى هذه الحالة يكون الأصل أو الجذور هو أساس الهوية الثقافية. وقد يُنظر للهوية الثقافية باعتبارها ميراثاً ثقافياً مرتبطاً بالتنشئة الاجتماعية للفرد داخل الجماعة الثقافية التى ينتمى إليها. وتعتبر الهوية الثقافية مكوناً من مكونات الهوية القومية. فالهوية الثقافية تعنى الشخصية، كما أن الشخصية تعنى الخصوصية، بينما الخصوصية تعنى الاختلاف، ومن ثم فإن الهوية تكمن فى الاختلاف عن الآخر فى ظل توحد الأمة. وتقوم الهوية القومية على فكرة وجود عدد محدود من العناصر المتميزة التى تميز كل ثقافة عن غيرها من الثقافات وتساعد على استمرارها، وهى مجموعة المعانى والمفاهيم التى تمتلكها ثقافة معينة وتميزها عن غيرها من الثقافات. وتتكون الهوية الثقافية من البناء العقائدى والموروث الثقافى أو القومى والتجانس الثقافى والتعصب العرقى. وللهوية القومية طريقة فى القياس ترتبط بمكوناتها. وترتبط الهوية الثقافية والقومية بل وتتأثر بفعل السياق السياسى والثقافى والاجتماعى والاقتصادى الخاص بمجتمع ما، كما أن لقنوات التنشئة الاجتماعية ولوسائل الإعلام المحلية والأجنبية دوراً كبيراً فى إضعاف هذه الهوية أو تقويتها ودعمها أو فى ثرائها.

أسئلة على الوحدة السادسة

أولاً- ضع علامة (√) أمام العبارة الصحيحة وعلامة (×) أمام العبارة الخطأ مما يأتى:-

١- تعرف الهوية الثقافية من زاوية موضوعية باعتبارها ميراثاً بيولوجيا. (   )

٢- المقصود بالهوية الثقافية التاريخ الثقافى المرتبط بتنشئة الفرد. (   )

٣- تعتبر الهوية ظاهرة استاتيكية وديناميكية فى آن واحد. (   )

٤- لا يمكن اعتبار الهوية الثقافية أحد مكونات الهوية القومية. (   )

٥- يتفق الباحثون على عدم إمكانية قياس الهوية القومية. (   )

٦- تتكون الهوية القومية من البناء العقائدى المرتبط بدور الدين والمعتقدات القومية. (   )

٧- تتأثر الهوية القومية بالسياق السياسى والثقافى والاجتماعى والاقتصادى. (   )

ثانياً- أكتب باختصار فيما يلى:

١- ماهية الهوية الثقافية من منظور دينس كوش.

٢- ماهية الهوية الثقافية من منظور ألسكو.

٣- ماهية الهوية القومية.

٤- مكونات الهوية القومية.

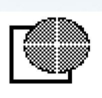
٥- طرق قياس الهوية القومية.

الإجابة عن أسئلة الوحدة السادسة

أولاً: ١- (√) ٢- (√) ٣- (√) ٤- (×)

٥- (×) ٦- (√) ٧- (√)

ثانياً: متروك للدارس.



الوحدة السابعة

العالمية والخصوصية من منظور تاريخى

الأهداف السلوكية :

بعد دراسة هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادرًا على أن :

١. يتعرف المقصود بالعالمية من منظور تاريخى.

٢. يتعرف المقصود بالخصوصية من منظور تاريخى.

٣. يبين أهمية احترام ثقافة الآخر عند الرغبة فى التواصل معه.

٤. يذكر مدى العلاقة بين اختراق الخصوصية الثقافية وبين التبعية والخضوع.

العناصر:

- كولون واكتشاف أمريكا :
  - كولون والعالم الدينى.
  - كولون وعالم الطبيعة
  - كولون والعالم الإنسانى.
- كورتيس والمكسيك :
  - انتصار كورتيس.
  - معلومات كورتيس عن الهنود.
  - أهداف محاولات فهم الآخر.
- نابلون بونابابرت "استراتيجية اتصالية":

- الاستراتيجية الدينية.
- الاستراتيجية الوطنية.
- الاستراتيجية الترغيبية والترهيبية.

المفاهيم الرئيسية:

العالمية الثقافية- الخصوصية الثقافية- الاستراتيجيات الاتصالية- الأنا والآخر.

تعبر علاقة الأنا بالآخر عن اتصال معقد ومتشابك، حيث تختلف المؤثرات والمتغيرات الثقافية لدى الأنا ولدى الآخر. وفى الصفحات القادمة، نتعرض لبعض صفحات كتاب اكتشاف أمريكا "نحن والآخرون" Nous et les autres للكاتب تزفتان تودوروف Tzevetan Todorov (ترجمة حرة).

والحديث يتعلق "بالأنا" أو نحن" في مواجهة الآخر. قد يكون الآخر-كما يشير الكاتب- بالنسبة للأنا مجرد شيء لا وجود له، وقد يكون الآخر سيِّئًا أو خيِّرًا. خلاصة القول: إن عملية إدراك الآخر تتأثر بما لدى الأنا من معتقدات وأفكار واتجاهات تم اكتسابها خلال عمليات تعليمية ومعرفية وتربوية مختلفة.

في هذا السياق، نتعرض- والحديث للكاتب- لعملية اكتشاف وغزو الولايات المتحدة الأمريكية عام (١٤٩٢) من خلال إدراك الأسبان للهنود، وكما أورده الكاتب تزفتان تودوروف Tzevetan Todorov . ويتم التعرض لنموذجين من المكتشفين وهم كولون Colon في جزر البحر الكاريبي وكورتيس Cortès في المكسيك. وتعود أهمية اختيار موضوع اكتشاف أمريكا إلى قوة الولايات المتحدة في الوقت الحاضر وازدياد نفوذها وهيمنتها السياسية والاقتصادية والعسكرية بل والثقافية. بالإضافة إلى أن عام الاكتشاف شهد أكبر إبادة للآخر (الآخر الهندي) وأعلن الهوية الحالية للأمريكيين.

أولاً – كولون (Colon) واكتشاف أمريكا:

يشير الكاتب إلى أن كولون (Colon) رجل شجاع لأنه أبحر دون أن يعلم هدفه. وتعود شجاعته إلى رحلته التي قد تنبئ بعدم عودته مرة أخرى إلى موطنه. ويصبح السؤال ما الذي دفع كولون Colon للرحيل؟

من خلال تحليل كتابات كولون (صحائف، خطابات، تقارير) تبين أن هدفه المعلن هو رغبته في الثراء أي البحث عن الذهب. وهناك مؤشرات قد ساعدت كولون في التنبؤ بأن هناك ذهبًا، أهمها بعض الكتابات المقدسة التي يؤمن بها كولون نظراً لارتباطه الشديد بالدين.

إلا أن الرغبة في الثراء أو "الطمع" ليست هي الغاية النهائية لكولون. فعن طريق الثروة، سوف يُعترف بدوره كمكتشف. كما تمثل له الثروة وسيلة لتحقيق غاية أسمى هى انتشار المسيحية. فتوسع وانتشار المسيحية هو ما يربط كولون بهذه المرحلة أكثر من ارتباطه بالذهب. إذن، الانتصار العالمى للمسيحية "عالمية المسيحية" هو المحرك الأساسي لكولون. ونظراً لورعه، فقد اعتبر نفسه مكلفًا بمهمة إلهية. إلا أن بعض الكتابات تشير إلى أن كولون كان يهدف إلى قيادة حملة صليبية لتحرير القدس، ولن يتحقق ذلك – من وجهة نظره- إلا بالحصول على الدعم الضرورى اللازم لتحقيق ذلك الهدف.

فى هذا السياق، يتضح أنه رغم أن كولون رجل ينتمى إلى العصور الوسطى وطريقة تدينه صارمة جداً إلا أنه فاتح العصر الحديث. فكولون قد افتتح عالمًا هو أصلاً لا ينتمى إليه. وكولون ذو عقلية تُخضع الظواهر الملاحظة لقوى غيبية مطلقة، كما أنه يقدس اكتشاف الطبيعة دون النظر إلى الفائدة المتوقعة من وراء ذلك الفعل أو تقديم تبرير لذلك الفعل.والإنسان فى فكر كولون هو جزء من الطبيعة الخلاقة.

وفى هذا السياق، هناك ثلاثة مجالات تعكس شخصية كولون هى:

١. المجال الدينى.

٢. مجال الطبيعة.

٣. المجال الإنسانى.

رؤية نقدية لما سبق: يتضح أن إنسان المجتمع التقليدى - المتمسك بثوابته ومعتقداته – يفتقد عملية الاتصال والتواصل مع الآخر، حيث تحول ثوابته دون تحقيق التفاهم التام مع هذا الآخر.

ويختلف السلوك الاتصالى لكولون باختلاف كل مجال إلا أن إدراك كولون للطبيعة وللإنسان يتأثر تأثراً عميقاً بمعتقداته الدينية، حيث تحدد علاقة كولون بربه سائر علاقاته بالمجالات الأخرى.

(أ) كولون والعالم الدينى :

يعتقد كولون فى وجود الله مع اختلاف نوعية العقيدة. و"قوة الاعتقاد" لدى كولون تجعله يعتقد فى "الخرافات" أو المعجزات التى توجد فى عصره. واعتقادات كولون تؤثر على استنتاجاته وطرق تفكيره حتى إذا كانت غير متفقة مع الواقع. فى هذا الإطار، يطبق كولون استراتيجية نهائية Finaliste غيبية فى التفسير تقوم على أن المعنى محدد مسبقاً ولا يمكن تأويله وكل ما يتم البحث عنه هو محاولة إيجاد صلة بين المعنى الظاهر والمعنى النهائى المثبت فى الكتابات المقدسة.

فى هذا السياق، كولون ليست له علاقة بالاتنولوجى أو بالإمبريقية الحديثة. والمعنى يتم تفسيره من منظور إلهى وليس من خلال التجربة المعايشة. إذن، الحدث لا يفسر في سياقه الخاص وإنما من خلال مرجعية مطلقة. وهو ما يحول دون التواصل مع الآخر.

(ب) كولون وعالم الطبيعة :

ولهذه الاستراتيجية الغيبية كان كولون يحاول فهم الطبيعة أكثر من محاولة

فهمه للسكان الأصليين. والعالم بالنسبة لكولون ليس الإنسان بقدر ما هو الطبيعة. وقد تركزت معظم كتاباته على تأمل قدرة الله في خلق الطبيعة، فكان يصف السمك، والأشجار والسلاحف، أما البشر فهم يوصفون في إطار الطبيعة.

كان كولون يهتم بكل ما يتعلق بالإبحار من وصف البحر والنجوم والهواء. وقد طوع كولون اكتشافاته الطبيعية لتحقيق مصالحه وأهدافه المتعلقة بالإبحار أو بالتعامل مع الهنود.

جدير بالذكر أن رغبات كولون تمثل الواقع. فإذا كانت الأراضي"ثرية" فهي كذلك لأنه يرغب في ذلك. إذن، معتقداته تسبق تجاربه. ففي البحر، كل المؤشرات توحي بقرب الأرض طالما رغب كولون في ذلك، وعلى الأرض، كل الظواهر توحي بقرب الذهب لأنه مقتنع بذلك.

وهذا يوضح أن إنسان المجتمع التقليدى لديه تحيزات ومفاهيم مسبقة – مشتقة من ثوابته – تؤثر على عملية تواصله مع الآخرين. فالدين خاصة أو المعتقد عامة يقف عائقاً للتسامح وللحوار مع الآخر، فى إطار الاحتكاك بين الثقافات.

إذن، رغبة الإنسان في شيء ما وتمسكه بها بقوة في خياله يعطى له انطباعًا أن كل ما يسمعه أو يراه يتفق مع ما تخيله أو رغبه. كما أن اعتقادات الشخص في شيء ما تجعله يسعى لاستغلال الواقع العملي لتأكيدها.

إذن تفسيرات كولون لمؤشرات الطبيعة تكون محددة بالنتائج التي يتوقعها من وراء هذا الاستنتاج، حتى اكتشافه لأمريكا ينبثق من نفس السلوك. كولون لم يكتشف القارة وإنما وجدها في المكان الذي يتوقع أن يجدها فيه.إذن اكتشاف أمريكا قد يعود إلى المعرفة المسبقة بالشيء والى الإرادة الإلهية. هذه النوعية من التفسير والاستنتاج القائم على مبدأ السلطة الإلهيه العليا واليقين بوجود شيء ما ليست لها علاقة بالحداثة. فالحداثة تختلف عن المعتقدات والدين والعاطفة التي يرتبط بها كولون عند اكتشافه للطبيعة.

(ج) كولون والعالم الإنساني :

إن استنتاجات كولون وتفسيراته إزاء المؤشرات الإنسانية متصلة بتفسيراته عن الطبيعة.

وتَمـثَلَ أول سلوك أو فعل اتصالي لكولون إزاء الإنسان فى الكلمات والدلالات اللغوية، حيث غير اسمه وأسماء الجزر والمهاجرين الأسبان، ليرتبط اسم كل مسمى بمعنى مشتق من المجال الديني أو الطبيعة.

وهنا، كولون لا يحاول فهم الهنود أو لغتهم. وأي كلمة هندية لا بد وأن لها مرادفاً في اللغة الأسبانية. وعدم فهم كولون للغات الأجنبية وخاصة الهندية أثر على سلوكه الاتصالى إزاء الهنود، فهو لم يحاول فهمهم، "لقد فشل الاتصال الإنساني لدى كولون نتيجة لجهله بلغتهم وعاداتهم".

خلاصة القول، اتسم الإدراك الجزئي للهنود - لدى كولون- بالاستبدادية والعجرفة، وعدم فهم لغتهم وبيئتهم، وسهولة سلب إرادتهم وتفضيل الأرض أكثر من البشر. وبنظرة نقدية، لكى يتم التواصل والحوار مع الآخر لا بد من فهمه، وفهم ثقافته وقيمه حتى لا يتحول الأمر إلى صدام "حضارى" على حد تعبير صمويل هنتنجتون.

من هذا المنظور، الهنود بالنسبة لكولون عرايا فيزيقيا ، وبالتالي روحيا ودينيا وثقافيا. فهم همجيون ومتوحشون ليس لهم دين أو مذهب أو قوانين، ليس لهم لغة، فوضويون، كرماء ولكن أغبياء. وبالتالي، فهم"صفحة بيضاء نظيفة" تصلح للتسجيل الأسباني الأوروبي. وفى المقابل، أدرك الهنود الأسبان كمبعوثين من العناية الإلهية ومرسلين من عند الرب. وكان الجانب الإنساني الوحيد بالنسبة لهم يتمثل في رغبتهم في الحصول على الذهب.

إذن سلوك كولون إزاء الهنود يعتمد على ما لديه من إدراك. من الممكن في هذا الصدد استنتاج مكونين أساسيين يتواجدان في علاقة المحتل بالمحتلين:

١- تطابق المحتلين وتمثلهم لسياسات وعادات وقيم وثقافة المحتل(الهنود

قادرون على حمل الصفات المسيحية).

٢- اختلاف المحتلين، وبالتالي هناك من هم في المكانة العليا وآخرون في المرتبة الدنيا(الخضوع بالقوة والذل والتفرقة العنصرية). هذان الوجهان لتجربة "ما يخص الآخر في علاقة الأنا" يتعلقان بالتمركز حول الذات وإضفاء القيم الذاتية على الآخر والاقتناع بأن العالم موحد ومتجانس.

نخلص من ذلك إلى أن التوسع الروحي والمعنوي والثقافي مرتبط دائما بالغزو المادي. فالغزو المادي شرط للتوسع الروحي. والأمر يختلف بالطبع عن المرحلة الحالية وبصفة خاصة ما قبل أحداث الحادى عشر من سبتمبر، حيث تعمد دول العالم المتقدم خاصة الولايات المتحدة الأمريكية إلى نشر الثقافة الأمريكية فى المقام الأول، ثم تمثل نمط الحياة الأمريكى / الاقتصادى خاصة.

والأفراد بالنسبة لكولون لا اعتبار لهم. كولون اكتشف أمريكا وليس الأمريكيين. إذن، كولون لم يكتشف الآخر.

وتجدر الملاحظة أن عام (١٤٩٢) يُجسد في تاريخ أسبانيا تحركاً مضاعفاً. ففي هذه السنة، طرد الأسبان الآخر الداخلي (اليهود مصدر التنافر في الجسم الأسباني) واكتشفوا الآخر الخارجي (الهنود، وقبول التنافر في الجسم الأسباني). وتمثلت الوحدة بين الاتجاهين في نشر الديانة المسيحية.

ثانياً - كورتيس (Cortès) والمكسيك :

ينوه تودوروف أن الالتقاء بين العالمين القديم والحديث تم عن طريق القوة (الحرب والغزو) ويصبح التساؤل، كيف يمكن لهذا العدد الضخم من السكان الأصليين الخضوع لعدد قليل من الغزاة ؟

الإجابة عن هذا السؤال تكون من خلال رحلة كورتيس Cortès في المكسيك. وهنا يتساءل الكاتب: كيف استطاع كورتيس بمئات من رجاله الاستيلاء على مملكة موكتزيما Moctezuma كثيرة العدد؟

رحلة كورتيس لأرض المكسيك تمت عام (١٥١٩) حيث أرسله حاكم كوبا الذي تراجع عن هدفه وحاول عزل كورتيس.

إلا أن كورتيس أرسى سفنه على أحد الجزر التي تقع تحت السلطة المباشرة لملك أسبانيا ، وعند علمه بوجود المملكة الأزيتكية (متعلقة بشعب الأزيتك Azitèque الذي نزل قديما في المكسيك) بدأ في الزحف التدريجي نحو الداخل محاولاً كسب تأييد اكبر عدد من الشعوب الأصلية التي يمر على أراضيها، سواء بالوعود أو بالحروب.

ووصل كورتيس إلى مكسيكو واستطاع أن يسيطر على عاهل الأزيتك الذي توفى فيما بعد. وتوالت حركات المقاومة الأهلية إلا أن كورتيس استطاع السيطرة عليها من خلال الحصار. وفى غضون أشهر قليلة سقطت مدينة Mexico ودام الغزو لمدة عامين تقريباً.

لماذا انتصر كورتيس رغم المقاومة المكسيكية؟

١. السلوك الغامض لعاهل الأزيتك الذي لم يقاوم كورتيس حتى مماته. ولهذا السلوك دوافع ذاتية ودوافع ثقافية.

٢. الانشقاقات التى حدثت بين مختلف الأتباع الذين يوجدون على الأرض المكسيكية وانتصاره عليهم والحصول على مؤيدين لحملته.

٣. التفوق العسكري للأسبان.

٤. افتتاح الأسبان للحرب الجرثومية البكتريولوجية.

من زاوية اتصالية، يعود السبب الأصلي لنجاح الغزو وفشل الهنود إلى اختلاف المقدرة والمهارة والسياسة الاتصالية لكل منهما. والاختلاف هنا لا يعنى التفوق مثلما كان معروفًا لدى كولون، وإنما الاختلاف ينبع من طرق تفسير الرسائل وفهمها حيث تتأثر عملية ترميز الرسائل بالمتغير الثقافي الذي يملى على كل شعب طريقة معينة لفهم المضامين الاتصالية المختلفة.

ماذا عرف كورتيس عن الهنود وكيف تعامل مع هذه المعلومات؟

علم كورتيس أن لدى الهنود تقويمًا دينيًا خاصًا بهم حيث يرتبط كل يوم بصفات وأحداث معينة. كما لاحظ وجود تنجيم منتظم يأخذ شكل الفأل والتشاؤم. فالهنود يتأثرون ويقتنعون بالتنجيم وبالتكهنات وتاريخ الأزيتك هو سلسلة من التنبؤات المسبقة والمحددة سلفا. فهو عالم يؤمن بالقدرية وبالتالى تضعف عنده قدرات المقاومة. والفرد الأزيتك غير منعزل عن المجتمع ويرتبط برجال الدين الذين يمتلكون"المعرفة الاجتماعية". إذن، المُستَقبَل منظم بواسطة الماضى ولا يُبنى وإنما هو مُتنبأ به. كذلك بالنسبة لتفسير الأحداث، فهى لا تفسر فى إطار سياقها الحالى وإنما طبقا للنظام القائم والمتفق عليه من قبل الجماعة.

مما سبق يتضح أن أى معلومة عن قدوم الأسبان تم تفسيرها من خلال تنبؤات مسبقة على عملية الغزو ومجموعة من المعتقدات المرتبطة بالمجتمع. إذن، فقدان الاتصال الإنسانى مع العالم والأسبان واللجوء للتراث وللماضى هو السبب وراء الصورة السيئة المتكونة عن الأسبان. فى هذا المجتمع التقليدى الذى تسيطر عليه التقاليد، يحدث الغزو الذى نتج عنه صدام بين العالم الطقوسى والعالم الأسبانى.

وقد استفاد كورتيس بالمنظومة القيمية والدينية والاجتماعية الخاصة بالهنود عند التعامل معهم من خلال:

- استغلال تقويم الهنود وتنبؤاتهم لتحقيق أغراضه مؤكدا أن الغزو مصدره قوى غيبية.
- استغلاله السلوك المتناقض لموكتزيما Moctezuma عاهل الأزيتك واتخاذه مواقف متناقضة تجعل الهنود فى حيرة من أمره.
- استغلاله عدم كذب الهنود واتباع استراتيجية اتصالية عسكرية خاصة بإظهار القوة وقت الضعف، حيث تم ذلك من خلال استعراضات

عسكرية ، واستخدام الأسلحة والمدافع والخيل لإرهاب الهنود وإخضاعهم.

- استغلاله الأساطير الهندية فى عملية الغزو من خلال ربط أسطورة تنتمى لفكر الآخر بعملية الغزو.
- استغلاله الانشقاقات الداخلية التى توجد بين الهنود.

لماذا حاول كورتيس والأسبان فهم الآخر؟

إن فهم الآخر يتم من أجل تدميره. إذن، الفهم يعنى الأخذ، والأخذ والسلب يؤديان إلى التدمير. وأول خطوة قام بها كورتيس لفهم الأسبان هى البحث عن المعلومات لإخضاع المملكة. "الغزو المعلوماتى" هو ما يهم كورتيس، ولذلك فقد بحث عن مفسر أسبانى ولجأ إلى امرأة تتقن اللغة الأسبانية وكذلك لغة الأزيتك. هنا استطاع المحتل – من خلال عملائه – إحداث نوع من التحول والتغير. وقد قاد هذا النظام المعلوماتى كورتيس إلى النصر "غزو المعلومات يقود إلى غزو المملكة".

من خلال المعلومات الغزيرة عن الأسبان، يمكن القول أنهم قد فهموا الهنود وتكلموا جيدا عنهم ولكنهم لم يتكلموا معهم. يُفتقد فى هذا السياق الحوار الذى يساعد على الاعتراف بالآخر وبثقافته. وبالتالى، إذا كان فهم الآخر لا يصاحبه المعرفة التامة والكاملة به والاعتراف به، فإنه فى هذه الحالة قد يستغل لتحقيق أهداف أخرى ولاستغلال الآخر وتدميره.

لماذا الاستغلال يقود حتما إلى التدمير؟ ما الدافع؟

إن الرغبة فى الثراء السريع تؤثر على الصورة المتكونة عن الآخرين وتقلل من قيمتهم وحقهم فى الحياة.

لماذا الرغبة فى الثراء؟

الثراء – بالنسبة للأسبان- يقود إلى الرقى والشرف والحياة المرفهة وتقدير

الذات، حيث تخضع جميع القيم للعامل المادى. ولتحقيق الثراء لا بد من القضاء على الآخر لتأكيد القدرة على سلب حياته وإرادته. إذن، هناك متعة فى ممارسة السلطة على الآخر.

خلاصة القول، هناك مجتمعات جانية "قاتلة" وأخرى "ضحية". والمجتمعات الضحية هى المجتمعات الدينية التى يسيطر عليها الفكر الجماعى أكثر من الفردى. أما المجتمعات الجانية فهى تلك المرتبطة بالاستعمار والعنف، وهى مجتمعات علمانية بدون دين تقتل لأن القتل يحقق المنفعة والمتعة.

أخيرا، اكتشف الأسبان أن الآخر يختلف عن الأنا، وأن هناك مركزًا وأطرافًا وأن على المحتل معاملة المحتلين بقوانين وسلوكيات مختلفة.

ثالثاً - نابليون بونابرت «استراتيجية اتصالية»

يشير أحمد حسين الصاوى فى كتابه "فجر الصحافة فى مصر" إلى سياسة الفرنسيين التى وضعها بونابرت لحكم البلاد حتى تحقق الحملة أهدافها الاستعمارية التى قدمت من أجلها.

وكان الاتصال هو العامل الأساسى الذى يمكن من خلاله أن تنجح أهداف الحملة. ومن هنا، فإن المنشورات العربية صدرت لتكون وسيلة الإعلام الرئيسية التى تصل بين السلطات الفرنسية والمصريين. ومما يناسب هذه السياسة أن يعمل الفرنسيون على إشاعة جو من الألفة والثقة فى علاقة المصريين بهم. ولقد كان إرضاء المصريين عن الحكم الفرنسى مطلباً أساسياً وتحقيقه يعنى نجاح الحملة فى تحقيق هدفها الرئيسى، وهو إنشاء مستعمرة فى مصر.

ويرى الكاتب أن قائد الحملة قد اعتمد منذ البداية على استراتيجية اتصالية لاستمالة المصريين إلى هذا الحكم وارتكزت خطته على سياسة ذات ثلاثة محاور:

(أ) إرضاء المشاعر الدينية للمصريين.

(ب) إذكاء مشاعر المصريين الوطنية.

(جـ) التلويح بذهب المعز وسيفه.

أى أنها سياسة إسلامية من ناحية، وطنية من ناحية أخرى، وترغيبية ترهيبية من ناحية ثالثة.

(أ) الاستراتيجية الدينية

كان المصريون يختلفون عن حكامهم الجدد فى اللغة والجنس والعقيدة السائدة. واللغة لم تمثل مشكلة كبيرة، فقد حرص الفرنسيون على مخاطبة المصريين بلغتهم العربية من خلال مترجمين وعلى صفحات ما أصدروه من نشرات. والجنس كذلك لم يكن مشكلة لأن حكام مصر منذ ما قبل الحملة بقرون كانوا ينتمون إلى عدة جنسيات غير عربية.

الاختلاف فى العقيدة مع الأهالى كان العقبة الرئيسية التى تحول دون تقبل المصريين لحكم غزاتهم الفرنسيين.

من هنا، اتخذ بونابرت سياسة إسلامية تقوم على أساس احترام المشاعر الدينية للقطاع الأكبر من المصريين. من مظاهرها:

- اهتمامه بالاحتفالات الدينية كالمولد النبوى وسفر كسوة الكعبة واشتراكه فى بعض المناسبات الدينية بنفسه.
- حرصه فى تعليماته إلى رجاله على إظهار احترام العقيدة الإسلامية وشعائرها وتقاليدها.
- محاولة إقامة علاقات ودية مع الحكام المسلمين فى الأقطار المجاورة.
- لعب الاتصال من خلال المنشورات دورا رئيسيا فى بسط هذه السياسة التى حاول نابليون بونابرت أن يبرزها للمصريين فى منشوره العربى الأول. بل إنه قبل أن يطبع هذا المنشور أصدر منشورا فرنسيا لجنود

الحملة فى البحر يعكس بوضوح ملامح تلك السياسة، حيث أمرهم باحترام الدين الإسلامى وأماكن العبادة. وأصدر منشوراً فرنسياً آخر عقب احتلال الإسكندرية يتضمن أمراً عسكرياً إلى قادة جيشه يلزمهم باحترام الدين الإسلامى وإطلاق حرية العبادة كاملة للمصريين.

- أفرج بونابرت فى حركة دعائية بارعة عن الأسرى المسلمين الذين كانوا فى قبضة فرسان مالطة المسيحيين. كما اصطحب عددًا منهم إلى الإسكندرية وأطلقهم ليوزعوا منشوره العربى الأول فى مختلف أنحاء البلاد، ليكونوا سندا له ولسياسته الإسلامية التى عبر عنها هذا المنشور.
- فى منشوراته العربية، ضرب قائد الحملة على وتر المشاعر الدينية للمسلمين، فهو يبدؤه بالبسملة، وعبارة لا إله إلا الله، لا ولد له ولا شريك فى ملكه.
- أذاع نابليون أنه -أكثر من المماليك- يعبد الله سبحانه وتعالى ويحترم نبيه والقرآن الكريم.
- ذهب قائد الحملة إلى أبعد من ذلك حينما ادعى أن الفرنسيين هم أيضا مسلمون خالصون، وإثباتا لذلك فقد قصدوا جزيرة مالطة وطردوا منها فرسان القديس يوحنا الأورشليمى الذين كانوا يزعمون أن الله يطلب منهم مقاتلة المسلمين.
- وكان نابليون يعطى منشوراته لعلماء بديوان القاهرة لإصداره. وقد حذر العلماء المصريين من الاستجابة لمحاولات المماليك لتحريك الفتنة، وأكد العلماء أن الطائفة الفرنسية خاصة مختلفة عن بقية الطوائف الفرنجية فى أنهم يحبون المسلمين ودينهم. ونصح العلماء مواطنيهم بالهدوء والانصراف إلى أعمالهم وأداء التزاماتهم، لأن نابليون اتفق معهم على عدم تدخله فى دين الإسلام وعدم معارضته لما

شرعه الله من أحكام ، وقد اقتنع العلماء بدعاوى نابليون حتى دعوا له بأن يشرح الله صدره للإسلام.

- تماشيًا مع هذه السياسة، حرص بونابرت على تأكيد صداقته للدولة العثمانية ولسلطان خليفة المسلمين. كما أكد استعداد الفرنسيين لمعاونته للقضاء على هؤلاء الأعداء ولم يعدل نابليون عن ذلك إلا بعد أن تحالف السلطان مع الإنجليز ضد فرنسا.
- أحاط نابليون نفسه بهالة دينية وصور نفسه للمصريين بأنه مبعوث العناية الإلهية لتخليصهم من ظلم المماليك وحماية الإسلام. واستند فى حديثه إلى بعض الآيات القرآنية التى صرحت بوقوع هذه الأحداث.

وما دام احتلال مصر على يد الفرنسيين بقيادة بونابرت قدرا، وما دام انتصار الفرنسيين بقيادة بطلهم هو أمر حتمى مقضى، فليس أمام المصريين سوى الرضا بقضاء الله. وقد أكد بونابرت ذلك فى منشوراته: من يعادنى يعادى الله ولا ينجو من عذابه إلا أن ذلك أثار المصريين وسخريتهم بادعاءاته الإسلامية.

أشار عدة مؤرخين أمثال الجبرتى ومحمود الشرقاوى إلى أن نابليون أظهر كل ما عنده من بلاغة لكى يؤثر فى المصريين عن طريق منشوراته التى تؤكد حبه للإسلام، وعزمه على إقامة مسجد لا نظير له فى الأقطار، والدخول فى دين النبى، إلا أن المصريين قاوموا وجود الغزاة مقاومة شديدة.

(ب) الاستراتيجية الوطنية :

علم بونابرت أن الظروف السياسية للمصريين والحكم التركى المملوكى أثَّر سلباً على نمو شخصيتهم القومية. فالمصريون فى ظل الأتراك لا يحكمون بلادهم ولا رأى لديهم فى أى شأن من الشئون العامة. ولذلك فقد رأى بونابرت أن تكون بعض وسائله لاجتذاب المصريين إلى تأييد الحكم الفرنسى، هى تنمية إحساسهم بمصريتهم عن طريق إنشاء الدواوين وإنشاء ديوان القاهرة الذى

يتألف من عدد من الزعماء الدينيين وقام بتمصير بعض الوظائف الكبيرة وجعل للمصريين نصيباً فى إدارة شئون بلادهم. واستغل نابليون المنشورات لتأكيد سياسته الوطنية:

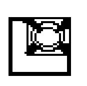
- أوغر صدور المصريين ضد حكامهم المماليك الذين أفسدوا البلاد.
- أظهر عدم شرعية المماليك فى حكم البلاد ، وأن الباب مفتوح أمام المصريين لتقلد أكبر المناصب.
- أيقظ المشاعر الوطنية عن طريق تذكير المصريين بثروات بلادهم ورخائهم القديم الذى أزاله المماليك.

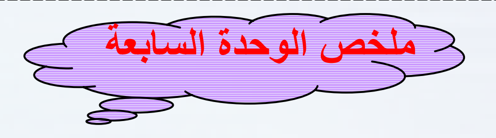
وهكذا، فعن طريق المنشورات التى تعبر عن سياسته الوطنية أو الدينية، استطاع نابليون أن يمهد لبناء المستعمرة الفرنسية الجديدة فى مصر وأن يحقق أحلامه فى غزو الشرق.

(جـ) الاستراتيجية الترغيبية والترهيبية :

ثالث الركائز التى قامت عليها الخطة الدعائية وحاول نابليون تحقيقها بمنشوراته العربية هى تطبيق سياسة الترغيب والترهيب. واستهدف قائد الحملة من هذه السياسة أن تكون سندا للسياستين، الإسلامية والوطنية، وأن تساعده على اجتذاب قلوب المصريين وإقناعهم بالولاء للحكم الفرنسى. اتضحت معالم هذه السياسة منذ منشوره الأول فهو يكافئ من يسانده أو من يتخذ موقف الحياد ويهدد من يتحد مع المماليك. كما اتبع العلماء (العملاء) هذا التهديد فى محاولة لإظهار بونابرت للشعب فى صورة الحاكم العادل الرحيم.

خلاصة القول، وبعد استعراض الرؤية التاريخية فى علاقة الأنا والآخر، يتضح أن الحوار الفعال والاتصال والتواصل بين الثقافات المختلفة يستلزم فهماً تاماً واحتراماً لثقافة الآخر، وإيمانًا عاليًا بمفاهيم الخصوصية الثقافية والنسبية الثقافية. وهنا، يحل الحوار محل الصدام فى ظل مجتمع إنسانى يؤمن بقيم التنوع والتعدد واحترام كل طرف للآخر.

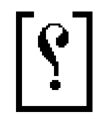




- تتناول الوحدة السابعة رؤية تاريخية لعلاقة واتصال الأنا بالآخر. والأنا دائماً ما يعبر عن الهوية الثقافية والمحلية والخصوصية، فى حين يعكس مصطلح الآخر العالمية والكونية. فى هذا السياق، يكون الآخر فى موقع متقدم عن الأنا، ويعكس الأنا الوضع الأضعف والنامى. ومجتمعاتنا العربية خير مثال على ذلك. ماذا يحدث حينما يتصل الآخر المتقدم بالأنا النامى؟

- الإجابة عن هذا التساؤل تكون من خلال استعراض رؤى تاريخية لكيفية تفاعل واتصال الآخر بالأنا: هل هو اتصال قائم على احترام الخصوصية الثقافية أم على اخضاعها ومحوها؟ فمن خلال رحلة كولون، نكتشف النظرة العالمية وانعكاساتها على رؤية الآخر والنظرة إليه نظرة "دونية". أما مرحلة كورتيس، فهناك فهم للخصوصيات الثقافية للسكان المحليين فى محاولة استغلالها لتحقيق المطامع الاستعمارية. أما نابليون بونابرت، فقد اتبع استراتيجية اتصالية قائمة على احترام المشاعر الدينية للمصريين وإذكاء الروح الوطنية فى سبيل تحقيق أغراضه.

- نخلص من هذه الوحدة إلى أن محاولات المعتدى المستمرة لفهم الثقافات المحلية لا تكون بهدف الاحترام أو التفاعل القائم على الحوار، وإنما بهدف زيادة القدرة على إخضاع الآخر من خلال اختراق خصوصياته واستغلالها لتحقيق المصالح الخاصة.



أسئلة على الوحدة السابعة

أولاً: ضع علامة (√) أمام العبارة الصحيحة وعلامة (×) أمام العبارة الخطأ مما يأتى:

١- يعكس الأنا العالم المتقدم، أما الآخر فهو العالم النامى. ( )

٢- تعنى الأنا المحلية والخصوصية والهوية والذاتية الثقافية. ( )

٣- تعبير الآخر يشير إلى العالمية والكونية والكوكبية. ( )

٤- نزع كولون نحو احترام الخصوصية الهندية فى تعامله مع السكان الأصليين. ( )

٥- كان كورتيس متحفظاً فى تواصله مع المكسيكان. ( )

٦- اتبع نابليون بونابرت سياسة التهديد والترغيب فى آن واحد. ( )

٧- لم يحترم نابليون الخصوصية الثقافية والدينية للمجتمع المصرى. ( )

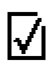
٨- قد تحول معتقدات العالم القديم نحو التواصل والتفاعل مع الآخرين. ( )

ثانياً- أكتب باختصار فيما يلى:

١- كولون والنزعة نحو العالمية.

٢- النظام المعلوماتى لدى كورتيس.

٣- الاستراتيجية الاتصالية لبونابرت فى المجتمع المصرى.

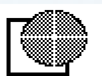


الإجابة عن أسئلة الوحدة السابعة

أولاً:

١- (×)	٢- (√)	٣- (√)	٤- (×)
٥- (×)	٦- (√)	٧- (×)	٨- (√)

ثانياً: متروك للدارس.



الوحدة الثامنة

العالمية والخصوصية من منظور حضارى وثقافى

الأهداف السلوكية:

بعد دراسة هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادرًا على أن :

١. يتعرف المقصود بالثقافة فى العلوم الاجتماعية.

٢. يوضح المقصود بأصل العالمية الثقافية.

٣. يوضح المقصود بأصل الخصوصية الثقافية.

٤. يحدد النتائج المترتبة على النزعة العالمية.

٥. يحدد النتائج المترتبة على النظرة إلى الذات (الخصوصية الثقافية).

العناصر:

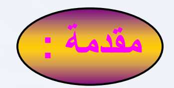
- مقدمة.
- لماذا الحديث عن الثقافة؟
- المجتمع الفرنسى "العالمية الثقافية".
- المجتمع الألمانى "الخصوصية الثقافية".
- ملخص الوحدة الثامنة.
- أسئلة على الوحدة الثامنة.
- الإجابة عن أسئلة الوحدة الثامنة.

المفاهيم الرئيسية:

الثقافة- العالمية الثقافية - الخصوصية الثقافية.

الوحدة الثامنة

العالمية والخصوصية من منظور حضارى وثقافى



أشار الكاتب الفرنسي مارك أوجيه Marc Augé فى مقالة له بعنوان "الآخر القريب" L' autre Proche إلى أن الثقافة، أو بمعنى أدق الثقافات، قد تعرضت لنهضة معاصرة على المستوى الفكري. ويرجع الكاتب هذه النهضة إلي حيوية التيار الثقافي الأمريكي. كما يؤكد الكاتب أن الحديث عن الثقافة أصبح يحتل مكاناً بارزاً في المجتمع الفرنسي. فهناك ثقافة الوسائل الجماهيرية، وثقافة الشباب، وثقافة المهاجرين، إلخ. هذا الاستخدام لهذه الكلمة - تبعاً للكاتب- يفتح المجال للعديد من الاستنتاجات الإثنولوجية Ethnologique.

لماذا الحديث عن الثقافة؟

يجيب عن هذا التساؤل الكاتب دينيس كوش Denys Cuche الذى نتعرض لفكره من خلال الوحدة فى عدة موضوعات مرتبطة بالثقافة وأبعادها المختلفة. بالنسبة له، التعرف على المتغير الثقافي يسمح بالتفكير حول وحدة الإنسانية في ظل التعدد. بمعنى آخر، قد يتفق البشر في احتياجات بيولوجية معينة، ولكن الثقافة تفتح مجالا وطرقا أخرى للتفكير في السمات التي يمكن أن تجمع بين الشعوب وتوحد بين البشر غير تلك المرتبطة بالحاجات البيولوجية. وتسمح الثقافة للإنسان ليس فقط بالتكيف مع البيئة المحيطة به، ولكن أيضا بتكييف الطبيعة طبقا لاحتياجاته ومشاريعه ورغباته.

في هذا الصدد، يمكننا القول: إنه إذا كانت جميع الشعوب تمتلك نفس النمط Stock الوراثي، فهي تختلف فيما بينها باختياراتها وأنماطها الثقافية، حيث تملى

تلك الأنماط على كل شعب حلولاً ذاتية لمواجهة المشاكل التي يتعرض لها. وتجدر الإشارة إلى أن الثقافة تعد أداة مناسبة لتفسير السلوكيات الإنسانية، حيث يتم تفسير الاختلافات في بعض الخصائص البيولوجية كالاختلاف في الجنس من منظور ثقافي. كذلك بالنسبة لعملية الجينات الوراثية حيث تتدخل فيها عوامل ثقافية قد تساعد الفرد على التكيف مع نفسه أو مع البيئة المحيطة به. وحتى بالنسبة للوظائف الإنسانية - التي وإن تتطابقت مع بعض الاحتياجات الفسيولوجية - فهى تختلف من ثقافة إلى أخرى. وعلى الرغم من توحد وتطابق هذه الاحتياجات لدى جميع الشعوب، إلا أن أساليب تطبيقها وممارستها تختلف من مجتمع إلى آخر باختلاف ثقافته. خلاصة القول، إن السلوكيات موجهة عن طريق الثقافة.

إذن، مفهوم الثقافة الذي يراد به أساليب الحياة والتفكير المختلفة وتأثيرها على السلوكيات الإنسانية بدا أمرا واضحا ومعترفا به ومقبولا على الرغم من وجود "شوائب" حول تطبيقات هذا المعنى.

ويرتبط مفهوم الثقافة ارتباطا وثيقا بالتفكير في مجال العلوم الاجتماعية Social Sciences. وهذه العلوم ليست منعزلة عن السياقات الفكرية واللغوية التي تؤثر على تطور نماذجها المعرفية والنظرية. ولذلك، فالبحث عن المصطلح العلمي "الثقافة" يقودنا إلى دراسة تطوره التاريخي المرتبط بالأصل الاجتماعي لفكرة "الثقافة".

فمن خلال التعرف على أصل الكلمة، يتم اكتشاف أن وراء الاختلافات الدلالية تتواجد اختلافات اجتماعية وقومية، حيث يعكس صراع التعريفات جوانب اجتماعية ودلالية فى آن واحد.

الأصل الاجتماعى لكلمة "ثقافة" :

هناك عبارة شهيرة تقول "الكلمات لها معنى ولها تاريخ وفى أحيان أخرى الكلمات تصنع التاريخ". وهذه المقولة- كما يرى كوش- تنطبق على كلمة ثقافة.

فإحدى وظائف الكلمات هى الإجابة عن عدة تساؤلات وعدة مشاكل مطروحة في فترة تاريخية محددة، وفى سياقات اجتماعية وتاريخية معينة.

يشير الباحثون إلى ارتباط أصل كلمة "ثقافة" بالغرب وبالثقافات الغربية. وهذه الكلمة لا تحمل نفس المعنى بالنسبة لجميع المجتمعات، وكذلك قد لا يكون لها وجود في بعض اللغات الخاصة ببعض المجتمعات التي درسها علماء الإتنولوجيا. هذا لا يعنى أن هذه المجتمعات ليس لديها ثقافة ولكن يعنى أن تلك المجتمعات لم تتساءل يوماً إذا كان لديها ثقافة أم لا ، أو لم تحاول أن تتعرف وتعرف ثقافتها الخاصة.

ولهذا فإنه من الأهمية إذا أردنا أن نفهم معنى ذلك المصطلح واستخداماته المختلفة، أن نتعرف على أصوله الاجتماعية وعلى كيفية تكوين تلك الكلمة وتطورها الدلالي حتى يمكن الربط بين الكلمة كمصطلح وبين الكلمة كفكرة.

والكلمة كمصطلح مرتبطة بالعديد من التطبيقات المتنوعة فهناك ثقافة الحرث، والثقافة الصحية، والثقافة الفيزيقية البدنية، ولكن التركيز هنا يكون على عملية تكوين ذلك المصطلح كما هو مستخدم في العلوم الاجتماعية.

لفهم ذلك المصطلح، نقترح عرض الأصول الفرنسية لاستخدام تلك الكلمة ثم الأصول الألمانية (هذا العرض يتم من خلال ترجمة حرة لبعض صفحات الفصل الأول من كتاب كوش) لأن التطور الدلالي للكلمة والذي سمح بابتكار وتحديد المصطلح قد ظهر في اللغة الفرنسية في عهد الأخوين دى لوميير Des Lumières وذلك قبل أن تنتقل تلك الكلمة إلى اللغات الأخرى المجاورة.

أولاً - المجتمع الفرنسى "العالمية الثقافية"

تكون المعنى الحديث للكلمة في القرن الثامن عشر. وقد تطور معنى كلمة "ثقافة" من القرن الثالث عشر إلى السابع عشر ليعنى في المقام الأول Cultura أي العناية بالحقول والبهائم، ثم Cultivée أي قطعة أرض مستصلحة. وتغير الأمر فى بداية القرن السادس عشر فلم يعد مجرد وصف حالة وإنما امتد إلى

وصف الفعل. وتكون المعنى المجازى للكلمة في منتصف القرن السادس عشر ليشير إلى ثقافة الكفاءة الذهنية المتعلقة بالعمل والتطور. ولكن هذا المعنى كان قليل الاستخدام حتى نهاية القرن السابع عشر، كما لم تظهر له أي استخدامات أكاديمية ولم يدرج في القواميس الخاصة بذلك العصر. فى تلك الفترة، تطور المضمون الدلالي للكلمة حيث ارتبط بالكلمة كلفظ منعزلا عن المعنى. وتعلق المضمون بالحركة الطبيعية للغة التي تنشا عن طريق الكناية أو التلويح من جهة، أو عن طريق الاستعارة من جهة أخرى.

فى القرن الثامن عشر، بدأت كلمة الثقافة بمعناها المجازى في فرض نفسها كما سُجلت في قاموس الأكاديمية الفرنسية. وكانت الكلمة مصاحبة دائماً لكلمة أخرى مثل ثقافة الفنون، الآداب؛ أي لا بد من الإشارة إلى الشيء المستصلح. تدريجيا، تخلصت كلمة الثقافة من الكلمة الأخرى المصاحبة لها واستخدمت تلك الكلمة للإشارة إلى التكوين أو التربية أو عملية التهذيب. وترتبط الكلمات الثلاث بالعقل. وفى حركة معاكسة للفترة السابقة، تحول المعنى من فعل إلى وصف حالة.

هذا الاستخدام لهذه الكلمة، والذي ظهر في قاموس الأكاديمية، وصف العقل البدائي بأنه"بدون ثقافة". فى هذا الصدد، هناك تعارض بين"الفطرة و"الثقافة". هذا التعارض يتضح بشدة لدى الأخوان Des Lumières حيث تمثل لهم الثقافة الخاصية المميزة للجنس البشرى، فهي مجموعة المعارف المتراكمة والمنقولة للبشرية ككل خلال التاريخ. إذن، التعدد والتمييز لا وجود لهما في فكر الآخرين.

في ذلك القرن، استخدمت الثقافة في صيغة المفرد. هذا الاستخدام يعكس العالمية والنزعة الإنسانية للفلاسفة، فالثقافة هي سمة خاصة بالإنسان دون أي تمييز بين شعب وآخر. كلمة ثقافة تسجل إذن في أيديولوجية Des Lumières حيث تقترن بأفكار ذلك العصر. وقد قامت فكرة الثقافة على أساس وجود تفاؤل

وثقة في مستقبل سعيد ينتظر البشرية ككل. التقدم في هذه الحالة يتحقق من خلال التعليم والتربية أي من خلال عملية التثقيف أى "الثقافة".

في هذا السياق، تتشابه كلمة "ثقافة" إلى حد كبير مع كلمة"حضارة"، التى يشيع استخدامها في المفردات اللغوية الفرنسية في القرن الثامن عشر. والكلمتان تنتميان إلى نفس المجال الدلالي وتعكسان نفس المعاني الأساسية ولكنهما تختلفان أيضاً حيث تتعلق كلمة Culture بالتقدم الفردي بينما حضارة Civilisation تعكس التقدم الجماعي.

تُستخدم الحضارة أيضا في صيغة المفرد. ومن معناها الأصلي الحديث الذي بدأ في الظهور في القرن الثامن عشر، والذي يعنى عملية تهذيب الطبائع، استطاع الفلاسفة الإصلاحيون تحرير المصطلح من ذلك المعنى ليعنى عملية انتزاع الإنسانية من الجهل الذي يحيط بها. فكلمة"حضارة" تعنى العلم والمنطق والتنوير والحكمة.

ومع تفضيل هذا المفهوم الجديد لكلمة حضارة، استطاع المفكرون البورجوازيون الإصلاحيون الذين يمتلكون تأثيرًا سياسيًا فرض ذلك المعنى على حكومة المجتمع التي يجب - تبعا لهم - أن تستند على العقل والمعارف. وعُرفت الحضارة في هذا السياق كعملية هدفها تحسين وتطوير المؤسسات والتعليم والشرائع والقوانين. والحضارة كحركة يجب أن تمتد إلى الدولة التي يجب أن تتخلى عن أي ممارسات غير منطقية وتعتمد في ممارساتها المختلفة على استخدام العقل والاعتماد على المعارف. وأخيرا، فالحضارة لا تمتد إلى الدولة فحسب ولكن إلى كل الشعوب الإنسانية. من المنظور الغربي، تحمل الشعوب الأكثر تحضراً وتقدماً والأكثر اعتمادا على استخدام العقل والمعارف والمنطق على عاتقها عبء مساعدة الشعوب الهمجية فى ملاحقة ومواكبة التطور ومحاولة تخطى التأخر.

فى هذا السياق، ترتبط كلمة "حضارة" بالمفهوم التقدمي والفلسفي للتاريخ

Progressiste، حيث يُفصل الدين عن المجتمع ويتم الاعتماد على العقل والمعارف المكتسبين من المجتمع وليس من أي مصدرآخر. كما تحل الأفكار التفاؤلية المرتبطة بتقدم المجتمعات والمنبثقة من مفاهيم مثل الثقافة أو الحضارة محل الأفكار والمعتقدات الدينية. ومن الآن فصاعدا، الإنسان هو محور الاهتمام والتفكير. وظهرت بناء على ذلك، فكرة وجود علم الإنسان Human Science وابتكر مصطلح اتنولوجى Ethnology ، الذى عرفه الكسندر دى شافان Alexandre De Chavannes بأنه العلم الذي يدرس تاريخ تقدم الشعوب نحو الحضارة.

ثانياً- المجتمع الألماني "الخصوصية الثقافية" :

ظهر مصطلح Kultur بمعناه المجازى في اللغة الألمانية في القرن الثامن عشر وبدا على أنه عملية نقل حرفي للكلمة الفرنسية، حيث مثل استخدام اللغة الفرنسية سمة أساسية للطبقات العليا في ألمانيا. كما كان لفكر الأخوين Des Lumières تأثير كبير فى فكر هذه الطبقة. ومع ذلك، فإن Kultur شهد تطوراً سريعاً واكتسب منذ النصف الثاني من القرن الثامن عشر ذيوعا وانتشاراً لم تشهده كلمة Culture.

يفسر نوربر إلياس Norbert Elias ذلك الذيوع ويرجعه إلى تبنى البورجوازية المثقفة الألمانية لذلك المصطلح بطريقة تعارض استخدام الأرستقراطية لهذه الكلمة. يشير الكاتب إلى أن الصلات بين الطبقتين محدودة للغاية، فطبقة النبلاء في عزلة نسبياً عن الطبقات الاجتماعية المتوسطة، كما أن الطبقات البورجوازية في عزلة عن أي فعل سياسي أو أي مشاركة سياسية في المجتمع.

هذه العزلة خلقت نوعا من المسافة الاجتماعية بين الطبقتين مما دفع بمثقفي ذلك القرن إلى وضع قيم الطبقتين الواحدة في مواجهة الأخرى، حيث تناقض القيم الروحية المستمدة من الدين والعلوم القيم"المهذبة" Courtoisie والغزلية

الخاصة بالطبقة الأرستقراطية. وتبعاً لهؤلاء المثقفين، فالقيم الروحية هى القيم الأصيلة، أما القيم الأرستقراطية فهى قيم سطحية. في هذا السياق، كلمتان تسمحان بتحديد وتعريف هذا التعارض بين هذين النسقين من القيم. فكل ما ينبثق من الأصالة ويساهم في الثراء الفكري والروحي هو نظام قيمي ينبثق من"الثقافة". وعلى العكس، كل ما يتعلق بالرقة والتهذب والترف واللباقة ينتمي إلى كلمة"حضارة".

إذن، الثقافة تتعارض مع الحضارة كما أن العمق يتعارض مع السطحية، وطبقة النبلاء - بالنسبة للمثقف البورجوازي- هي طبقة متحضرة ولكن ينقصها الثقافة. وكذلك الحال، بالنسبة للشعب، مما دفع بالطبقة البورجوازية المثقفة إلى تحمل عبء تنمية وإشعاع وانتشار الثقافة الألمانية.

بهذا الوعي، انتقلت عملية التناقض بين الثقافة والحضارة من المستوى الاجتماعي إلى المستوى القومي. ومما ساعد على ذلك الاقتناع بوجود صلات شديدة تجمع بين الطبائع المتحضرة الألمانية والفرنسية والإرادة المتزايدة لتوضيح- في مجال الفكر- كل ما هو ألماني بالدرجة الأولى.

فى هذا السياق، حاولت الطبقة المثقفة تحقيق الوحدة القومية الألمانية من منظور ثقافي. هذا التصاعد التدريجي لتلك الطبقة المثقفة الاجتماعية التي نجحت في أن تكون المتحدث الرسمي للضمير القومي الألماني، أثر على مفهومي الثقافة والحضارة، حيث تحولت الثقافة من سمة مميزة للبورجوازية المثقفة الألمانية في القرن الثامن عشر، إلى سمة مميزة للأمة الألمانية في القرن التاسع عشر، والتي لم تتحد بسبب الانقسامات السياسية، مما دفع الطبقة البورجوازية إلى تأكيد وجودها من خلال تمجيد وتعظيم الثقافة الألمانية.

وأصبحت الخطوط المميزة لهذه الطبقة المثقفة التي تظهر هذه الثقافة والمتمثلة في الصدق والأصالة والعمق هي خطوط ألمانية بالدرجة الأولى . يرجع Elias هذه التطورات إلى وجود ميكانزم نفسي مرتبط بالإحساس بالدنو

Inferiority. ويعود هذا الإحساس- كما يفسره Elias- إلى أن الفكرة الألمانية لمفهوم الثقافة قد نشأت داخل طبقة متوسطة بعيدة عن السلطة وعن طبقة النبلاء، ولذلك فهذه الطبقة تحاول إيجاد شكل آخر من الشرعية الاجتماعية لوجودها في المجتمع. تبعاً لذلك، فإن المفهوم الألماني لـ Kultur سوف يسعى إلى تأكيد الاختلافات القومية.

أكد جوهان جوتفريد هردر Johann Gottfried Herder - في مقالة جدلية حول مجالات نبوغ كل شعب Volksgeist- أهمية تنوع الثقافات حيث يمثل بالنسبة له مصدراً لثراء الإنسانية. كان هردر يعادى عالمية Des Lumières . ولمواجهة ما يشعره Herder تجاه الغزو الفكري لهؤلاء المفكرين، أراد أن يعيد لكل شعب اعتزازه بنفسه وبثقافته. وبدأ بالتفكير في الشعب الألماني. تبعا له، كل شعب له رسالة محددة يجب أن يحققها عن طريق ثقافته الخاصة لأن كل ثقافة تعبر بطريقتها عن أحد مظاهر الإنسانية.

اعتمد مفهوم Herder للثقافة -القائم على عدم الاستمرارية وعلى اتصال محتمل بين الشعوب- على فلسفة أخرى للتاريخ (عنوان كتابه). من هنا يمكن اعتبار Herder هو صاحب فكرة النسبية الثقافية Relativisme Culturel. وقد أشار العديد من الكتاب أمثال لويس دومو Louis Dumont في مقالة له بعنوان "الفرد والثقافات" عام (١٩٨٦) إلى أن الفضل يعود لهردر في التعريف بأن هناك "ثقافات" مختلفة وليست "ثقافة" واحدة تضم البشرية.

إلا أن الجهود المبذولة لتعريف الطبع والنمط الألماني تكاثفت بسبب سقوط إحدى المقاطعات الألمانية في أيدي الفرنسيين، حيث عرف الضمير الألماني صحوة قومية عُبر عنها بالاهتمام المتزايد نحو تعريف وتفسير الثقافة الألمانية. في هذا السياق، البحث عن تعريف محدد للثقافة لم يستهدف تأكيد أصالتها وتفردها المطلق، وإنما تأكيد علوها Superiority. من هذا التأكيد، استنتج بعض الأيدولوجيين أن الشعب الألماني له رسالة وهدف محدديْن إزاء البشرية

ككل. وارتبط المفهوم الألماني لكلمة ثقافة بمفهوم"القومية" Nationalism وارتبطت كلمة ثقافة بمصطلح "الأمة"، حيث يسبق تكوين الأمة الثقافية الأمة السياسية.

تظهر الثقافة - في هذا الصدد- على أنها مجموعة من الاكتشافات الفنية والفكرية والمعنوية التي تشكل تراث الأمة وتؤسس وحدتها. هذه الاكتشافات الفكرية والذهنية لا يجب أن تختلط بالإنجازات التقنية النابعة من عقلية رشيدة حكيمة. وبطريقة أكثر تحديدا وخلال القرن التاسع عشر، قام الكتاب الألمان بوضع الثقافة مقابل الحضارة. فالثقافة بالنسبة لهم، هي التعبير عن الروح الأصيلة للشعب أما الحضارة فتعرف على أنها التقدم المادي المرتبط بالتنمية الاقتصادية والتقنية.

تطور مفهوم الثقافة خلال القرن التاسع عشر، في فرنسا حيث أثر شغف الأوساط المثقفة الألمانية بالفلسفة والآداب على إحداث تغيير حول ذلك المفهوم. اقترنت كلمة ثقافة في فرنسا ببعد جماعي وابتعدت عن كونها تنمية فكرية للفرد. وأصبحت كلمة ثقافة تتعلق بمجموعة الطبائع والخصائص الخاصة بمجتمع معين. إلا أن كلمة ثقافة ظلت أيضا قريبة من كلمة حضارة بالمفهوم الفرنسي الذي ما زال يحمل فكرة وحدة الجنس البشرى. فهناك- فى فرنسا- استمرارية للفكر العالمي. والثقافة بالمعنى الفردي أو الجمعي هي ثقافة الإنسانية أولا وأخيرا. وعلى الرغم من التأثير الألماني، فان فكرة التوحد بين الثقافات قد تفوقت على فكرة التعدد. فبعيدا عن الاختلافات الملحوظة بين الثقافة الألمانية والثقافة الفرنسية، هناك التوحد في الثقافة الإنسانية.

اشتدت المنافسة فى القرن العشرين، بين النزعة القومية الألمانية والفرنسية، وأثارت الحرب العالمية الأولى من (١٩١٤) إلى (١٩١٨) المنافسة الأيديولوجية بين المفهومين، حيث استخدمت الكلمات كسلاح بين الطرفين، فالألمان يزعمون الدفاع عن الثقافة بمفهومهم الخاص والفرنسيون يعتبرون

أنفسهم أبطال الحضارة. وهذا يفسر الاستخدام النسبي والضئيل في بداية القرن العشرين في فرنسا لكلمة ثقافة بمعناها المشترك أو الجماعي.

إن الجدل الفرنسي - الألماني من القرن الثامن عشر وحتى القرن العشرين يتعلق بمفهومين للثقافة: الأول يرتبط بالذاتية والخصوصية الثقافية والثاني يتعلق بعالمية الثقافة. ويشكل هذان المفهومان أهمية خاصة حيث تم الاعتماد عليهما في تعريف وتحديد مصطلح الثقافة في العلوم الاجتماعية المعاصرة.

وقد أدى التفكير في الإنسان وعلاقته بالمجتمع إلي ظهور مجالات وعلوم علمية جديدة مثل علم الاجتماع Sociology والإتنولوجيا Ethnology . ويحاول علم الإتنولوجيا الإجابة عن السؤال الخاص بالتعدد والتنوع الإنساني. ويمكن في هذا السياق الإشارة إلى أن علماء الإتنولوجيا لديهم نفس الموقف: وحدة الإنسان Human unity تبعا لفلسفة Des Lumières. والصعوبة بالنسبة لهم تكمن في التفكير في التنوع داخل هذا التوحد.

فى هذا السياق، لجأ علماء الإتنولوجيا إلى طريقتين للإجابة عن هذا التساؤل: الأولى تعطى أولوية للوحدة الإنسانية وتصغر من قيمة التنوع، فالتنوع في سبيله لأن يرتقى. والثانية تعطى وزنًا كبيرًا للتنوع والاختلاف مع التأكيد على أن هذا التنوع لا يتعارض مع وحدة الإنسانية.

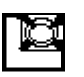
المصطلح الأساسي الذي ظهر كأداة للتفكير في هذه القضية هو مصطلح"الثقافة". وإذا كان استخدام الثقافة في قرن مضى - في فرنسا وألمانيا- يتم في اتجاه معياري Normative، فإن علماء الإتنولوجيا يُضفون على هذا المصطلح اتجاها آخر. فهم يعطون له معنى وصفيًا Descriptive أي توصيف ماهية الثقافة، كما هي معايشة في المجتمعات الإنسانية.

وقد تطور استخدام ذلك المصطلح كأداة للتفكير العلمي في إنجلترا وألمانيا، فهناك كُتاب في إنجلترا أمثال ادوارد برنت تيلور Edward Barnett Tylor يعطون معنى عالميًا لمفهوم الثقافة، بينما آخرون فى ألمانيا أمثال فرانز بواس

Franz Boas يستخدمون الثقافة كأداة لتأكيد الخصوصية والذاتية الثقافية لمجتمع من المجتمعات. أما في فرنسا، فقد استبدلت- كما رأينا – كلمة ثقافة بمصطلح حضارة حتى كتاب Tylor وعنوانه Primitive Culture كان له صدى كبير في فرنسا ، ولكن عند ترجمته إلى الفرنسية كان كالتالي: La Civilisation Primitive أي الحضارة الفرنسية. وقد منع السياق الأيديولوجى لفرنسا في القرن التاسع عشر ظهور المصطلح الوصفي للثقافة. حيث نظر علماء الإتنولوجيا (المتأثرون بأفكار Des Lumières) إلى التعدد والاختلاف الثقافي في المجتمعات الإنسانية عن طريق تعريفهم لمصطلح "الحضارة". كما أن القومية الفرنسية التي تعرضت لموجة هجرة أجنبية في الثلث الأخير من القرن التاسع عشر، دفعت فرنسا إلى تبنى سياسة ثقافية تمثيلية Assimilation وهى مساعدة الشعب المهاجر على تكييف سلوكه وفقا لحياة المجتمع الفرنسي عن طريق اقتباس المواقف والعادات الشائعة. إذن، مصطلحة "الثقافة" غائب في الإتنولوجيا الفرنسية. ولكن في الثلاثينيات استخدم على أيدي باحثين أفريقيين أمثال مارسيل جريول Marcel Griaule وميشيل ليفيس Michel Levis ويعود ذلك إلى المواجهة المباشرة والاحتكاك الممتد مع المهاجرين، الذي سمح بقبول نوع من التعدد الثقافي وتأكيد "النسبية الثقافية".

من جهة أخرى، إذا كان مصطلح الثقافة قد فرض نفسه فى بعض المجتمعات وتم تجاهله في مجتمعات أخرى، فإنه استطاع أن ينتصر في الولايات المتحدة الأمريكية. وفى الواقع، فإن الولايات المتحدة تعد من أوائل الدول التي أعطت اهتماماً أولياً لمصطلح"الثقافة". بل إن العمق النظرى لهذا المصطلح ارتبط بهذا البلد ووجد تطبيقات فى علم الإنسان، وكذلك في علم الاجتماع وعلم النفس. ويعود الفضل في نجاح مصطلح الثقافة في العلوم الأمريكية إلى السياق القومي الأمريكي،حيث تسبق الهجرة تكوين الأمة. والأمة المتكونة تعرف على أنها أمة متعددة العرقيات.

لهذه الأسباب، فان علوم الاجتماع الأمريكية تفضل إجراء البحث حول ظاهرة الهجرة والعلاقات بين مختلف الأجناس. واهتم علماء الاجتماع بجامعة شيكاغو- أول مركز لعلم الاجتماع في أمريكا- بتحليل مسألة الأجانب في المدينة والاختلافات الثقافية والاتصال والاحتكاك بين الثقافات.



ملخص الوحدة الثامنة

- تناولت هذه الوحدة مفهوم الثقافة فى العلوم الإجتماعية فى كل من فرنسا وألمانيا، بهدف توضيح أصل بزوغ مصطلح العالمية الثقافية والخصوصية الثقافية. فمن خلال عرض التطور التاريخى لمصطلح الثقافة فى فرنسا، من العناية بالحقول والبهائم حتى المعنى المجازى لها المرتبط بعمليات التثقيف والتربية والتهذيب، يمكننا استنتاج النزعة العالمية فى الفكر الفرنسى والذى بدا واضحاً فى فكر وأيديولوجية الأخوان دى لوميير Des Lumières، حيث قُدمت الثقافة الفرنسية أو "الحضارة الفرنسية" على أنها حضارة عالمية للجميع تجلب التفاؤل فى المستقبل.
- ويُفترض فى مفهوم العالمية الفرنسية التوحد والبعد عن التنوع والتعدد. كما يقترن بمفهوم العالمية مصطلح "الفرض" و"الهيمنة". فالحضارة العالمية الفرنسية القائمة على التقدم والعلم والتنوير والمنطق تحمل على عاتقها عبء مساعدة الشعوب النامية فى ملاحقة التطور والتقدم.
- أما فى ألمانيا، فإن مفهوم الخصوصية الثقافية الذى ظهر جلياً من خلال معانى وتفسيرات مصطلح "الثقافة" يحل محل العالمية. وترتبط الخصوصية ـ فى أغلب الأحوال ـ بالدفاع عن الهوية، والثقافة والقومية والأصالة وعن الأنا فى مواجهة الآخر. كما ترتبط الخصوصية بكل ما هو أصيل ويساهم فى الثراء الفكرى والروحى. كما أن الثقافة والحفاظ على الهوية الثقافية تصبح القوة الرادعة فى مواجهة العالمية الثقافية. وتجدر الملاحظة أن الخصوصية الثقافية تدفع بالدولة نحو تأكيد عالميتها أى "طموح محلى" نحو العالمية.

- خلاصة القول: إن الجدل الفرنسى – الألمانى من القرن الثامن عشر وحتى القرن العشرين يتعلق بمفهومين للثقافة: الأول يرتبط بالذاتية والخصوصية الثقافية ، والثانى يتعلق بعالمية الثقافة. ويشكل هذان المفهومان أهمية خاصة حيث تم الاعتماد عليهما فى تعريف وتحديد مصطلح الثقافة فى العلوم الاجتماعية المعاصرة.

[?]

أسئلة على الوحدة الثامنة

أولاً- ضع علامة (√) أمام العبارة الصحيحة وعلامة (×) أمام العبارة الخطأ مما يأتى:

١- تعرضت الثقافة لنهضة معاصرة بفعل حيوية التيار الثقافى البريطانى. ( )

٢- تمتلك الشعوب نفس الأنماط الوراثية والثقافية. ( )

٣- ارتبطت كلمة "ثقافة" فى المجتمع الفرنسى بالخصوصية. ( )

٤- ارتبطت كلمة "ثقافة" فى المجتمع الألمانى بالعالمية. ( )

٥- يفضل الفرنسيون استبدال مصطلح "الحضارة" بالثقافة. ( )

٦- ترتبط أفكار الفلاسفة الإصلاحيين بالتنوع والتعدد وليس التوحد. ( )

٧- ترتبط العالمية بمفاهيم الفرض والهيمنة والسيطرة. ( )

٨- الثقافة فى ألمانيا تعنى القيم الروحية المستمدة من الدين. ( )

ثانياً - اكتب باختصار فيما يلى:

١- النزعة العالمية فى الفكر الفرنسى.

٢- النزعة الخصوصية فى الفكر الألمانى.

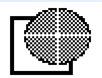
☑

الإجابة عن أسئلة الوحدة الثامنة

أولاً: ١- (×) ٢- (×) ٣- (×) ٤- (×)

٥- (√) ٦- (×) ٧- (√) ٨- (√)

ثانياً: متروك للدارس.



الوحدة التاسعة

العالمية والخصوصية فى النظريات الغربية المعاصرة

الأهداف السلوكية:

بعد دراسة هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادرًا على أن :

١. يتعرف المقصود بالعالم القديم (أوروبا).

٢. يتعرف المقصود بالعالم الحديث (أمريكا).

٣. يوضح المقصود بنهاية التاريخ.

٤. يوضح المقصود بخاتم البشر.

٥. يذكر ويشرح تفاعلات النظام العالمى من وجهة نظر هنتنجتون.

العناصر:

- جان بودريار "أمريكا" .
- فرانسيس فوكوياما "نهاية التاريخ وخاتم البشر".
- صمويل هنتنجتون "صدام الحضارات".
- ملخص الوحدة التاسعة.
- أسئلة على الوحدة التاسعة.
- الإجابة عن أسئلة الوحدة التاسعة.

المفاهيم الرئيسية:

العالم القديم - العالم الحديث - درجة صفر من الثقافة- نهاية التاريخ- خاتم البشر، صدام الحضارات.

الوحدة التاسعة

العالمية والخصوصية فى النظريات الغربية المعاصرة

فــى هــذه الــوحدة، يــتم مناقـــشة رؤى الغـــرب لمفهومـــى العالمـــية والخصوصية من خلال ثلاث نظـريات، رصدت التطور فى العلاقة بين الأنا والآخـر، وعكست النزعة العالمية مقابل النزعة الخصوصية.

أولا - جان بودريار Jean Baudrillard: «أمريكا»

يعقد Baudrillard مقارنـة بين العالم التقليدى والعالم الحديث بالتطبيق على أوروبا كعالم تقليدى وأمريكا كدولة تنتمى إلى العصر الحديث. ونوضح من الـبداية أن الكاتـب منبهـر بحداثـة المجـتمع الأمريكـى مقابـل المجـتمع الأوروبـى – رغـم انـتمائه للأخيـر – وتأكـيده علىأن الـتقدم يـرتبط بالتغيـر والحداثة بالمفهوم الأمريكى وليس الأوروبى.

يـرى الكـاتـب أن الـولايات المـتحدة الأمـريكية -بالنـسبة للمجـتمعات التقليدية الأوروبية- هـى شـكـل من أشكال المنفى والهجرة والغربة، وبالتالى فهى شكل من أشكال استبطان العوامل الذاتية والثقافات الخاصة Interiorisation. وفى نفس الوقت، الولايات المتحدة الأمريكية هى الانفتاح الخارجى Extraversion.

بالنـسبة لـه، لا يـتحقق "منفـى المكـان" و"منفـى الـنفس" إلا فـى المجـتمع الأمريكى فقط الذى يعكس تحـركاً مضاعفاً: عمق القانون الروحى أو المعنوى فى السرائر والضمائر من ناحية وعقلانية الحياة المثالية فى العمل والعادات وطرق الحياة.

إذن، فالهبوط على أرض أمريكا هو هبوط فى هذه الديانة المتعلقة بأسلوب الحـياة، والتــى سـاهمت الهجـرة فـى بلـورة هـذه المثالـية الماديـة لهـذا الـنمط من الحياة.

يشير الكاتب إلى أنه إذا كانت الثورات فى أوروبا التى نشأت لأسباب تاريخية وأيديولوجية قد أثرت فى المجتمعات التقليدية الأوروبية، فإن ما يقال عن فصل الروح عن الجسد هو المحرك الأساسى للعالم الجديد.

فى هذا الإطار، تصبح الولايات المتحدة الأمريكية هى النسخة الأصلية للحداثة ، أما المجتمعات الأوروبية فتمثل النسخة المزدوجة، حيث يبعد المجتمع الحديث عن مسالة الأصل والتى على أساسها تثار مشكلة التفرقة Distinction والتمييز. فالولايات المتحدة الأمريكية لا تتعرض لمشاكل مرتبطة بالهوية.

أمريكا بالنسبة لبودريار - هى المثالية المتحققة L'utopie réalisée . وقناعات الأمريكيين بأنهم يمثلون مركز العالم والقوة العليا والنموذج المطلق ليست بخاطئة. كما أن هذه القناعات لا تنبثق من مصادر عسكرية ولا تعتمد على تقنيات متقدمة وإنما تتأتى من فكرة أن أمريكا تتجسد فيها كل ما يحلم به الآخرون: العدالة والرفاهية والرخاء والحق والثروة والحرية.

إذن ، الهجرة الجغرافية والذهنية نجحت فى تحقيق عالم مثالى. هذا النجاح عُبر عنه فى المضامين الإعلامية السينمائية ولاقى رواجا كبيرا وانبهارا عالميا.

فى هذا السياق، المثالية الأمريكية - كما يؤكد الكاتب- هى مثالية منقحة من التاريخ وتتجسد وتنمو فى ثوب جديد، معلنةً علوها على الوطن الأصلى للمهاجرين. ولهذا، فإن الكاتب يعتقد بعدم قدرة المجتمع الأوروبى على اللحاق بالمجتمع الأمريكى. من وجهة نظره، ينقص العالم التقليدى الجرأة وروح التفكير المتمثلة فى الآتى: الانطلاق من درجة صفر فى الثقافة. وينطبق الوضع على دول العالم الثالث التى تفتقد القدرة على استيعاب القيم الأساسية فى ذلك المجتمع المرتبطة بالديمقراطية أو التقدم التكنولوجى.

من هذا المنظور، تختلف الولايات المتحدة الأمريكية عن العالم الأوروبى. فهى لا تُعير التاريخ اهتماما وخُلقت ولديها ميل "لإهمال التاريخ". هذا التاريخ

المرتبط بالصراع بين المجتمعات وابتكار أوروبا للأرستقراطية والبرجوازية، وبعض الأفكار الأيديولوجية لا يمثل شيئا بالنسبة للأمريكيين، كما أن الانقطاع مع التاريخ لا يمكن أن يتبناه الأوروبيون. وبالتالى، فقد وُجدت الولايات المتحدة الأمريكية فى موقف انقطاع وانفصال وحداثة جوهرية أصلية لا تتواجد إلا داخل هذا المجتمع ولن يستطيع المجتمع الأوروبى تحدى المجتمع الأمريكى ولكنه يستطيع تقليده .

وإذا كانت أوروبا دائما فى المركز إلا أنها مركز العالم القديم، أما الولايات المتحدة الأمريكية فقد تخطت هذا العالم القديم وأصبحت المركز الجديد والغريب. وتصبح "الغرابة" أو "الانحراف عن المألوف" هى شهادة ميلاد المجتمع الأمريكى، لأن الحرية الملموسة والمرنة والنشطة لا توجد إلا لدى المواطن الأمريكى والمؤسسات الأمريكية. كما أن أمريكا تمثل ثقافة الاختلاط والمزج Mixage والتباين Héterogeineté.

ويؤكد بودريار أن الولايات المتحدة الأمريكية مجتمع قائم على التهجين Hybridation حيث استطاع إحداث موقف أصلى من خلال المزج بين قوميات أوروبية مختلفة وبعض العناصر العرقية الخارجية، على العكس من المجتمع الفرنسى الذى عُرف "بظاهرة التهميش الاجتماعى" وعدم قبول الآخر المهاجر ودعوته لتمثل قيم وثقافات الأنا. أما فى أمريكا، فكل عرق وكل أصل يطور لغته الخاصة وثقافته. ومن هنا تتواحد. "حرية الحركة"، "حرية الفعل" فى الولايات المتحدة الأمريكية. وهى حرية تعبر عن نفسها فى سياق من التحدى والمنافسة والمواجهة بين مختلف العرقيات، كما أن مبدأ اليوتوبيا المتحققة يعكس غياب الميتافيزيقيا فى الحياة الأمريكية. وبالتالى يختلف إدراكهم للواقع الاجتماعى، فالأفكار المتبناة ليست مستحيلة ولا بد أن تخضع للتنفيذ.

يشيد المؤلف بعقلية الولايات المتحدة الأمريكية التى توجد فى نمط حياتها وتطور عاداتها ومرجعيتها التى لا تستند إلى قوة إلٰهية عليا، وإنما إلى

التطورات والتجارب التى تحدث فى المجتمع. بالنسبة له، تتمثل ثقافة الولايات المتحدة الأمريكية فى السرعة، والسينما، والتكنولوجيا، لخ، أما ثقافة المتاحف والكنائس فهى بعيدة كل البعد عن ذلك المجتمع.

يُنهى Baudrillard فكرته مؤيدا ضرورة إعادة النظر فى بعض القيم والعادات الفرنسية "الغبية" التى تحول دون تحقيق التقدم بالمفهوم الأمريكى. وهى عادات مرتبطة بالمجتمعات التقليدية عموماً ومنها المجتمعات العربية. إذن، يبعد بودريار عن مفاهيم الخصوصية الثقافية ويجنح نحو إهمال التاريخ حتى يتعايش الجميع فى مجتمع إنسانى عالمى، كما هو الحال فى أمريكا.

ثانياً- فرانسيس فوكوياما Francis Fukuyama «نهاية التاريخ وخاتم البشر» :

نشأت فكرة كتاب فوكوياما فى ذهن كاتبه على أثر كتابته لمقالة فى مجلة ناشيونال انترست National Interest صيف عام ١٩٨٩، ذهب فيها إلى وجود إجماع ملحوظ ظهر فى السنوات القليلة الماضية فى جميع أنحاء العالم حول شرعية الديمقراطية الليبرالية كأفضل نظام للحكم بعد أن لحقت الهزيمة بالأنظمة المنافسة مثل نظام الملكية الوراثية والنظام الفاشى والنظام الشيوعى مؤخراً.

غير أنه أضاف مقولة أن الديمقراطية الليبرالية قد تشكل نقطة النهاية فى التطور الأيديولوجى للإنسانية أو أنها الصورة النهائية لنظام الحكم البشرى، ومن ثم فهى تمثل "نهاية التاريخ".

وتفسير ذلك هو وجود عيوب خطيرة وانتهاكات متعددة فى الأنظمة الأخرى شابتها، مما أدى إلى سقوطها بعكس الديمقراطية الليبرالية التى جاءت خالية من التناقضات الأساسية الداخلية والتى - وإن شابها بعض القصور أو الضعف- فذلك يعود للتطبيق بين مبدأين أساسيين: الحرية والمساواة.

ويقصد بالديمقراطية الليبرالية سيادة الشعب وضرورة ضمان الحريات الأساسية فى ظل القانون. ويقصد بالتاريخ ونهايته عملية التلاحم والتطور المأخوذ فيها تجارب الشعوب فى كافة العصور وصفوف المجتمعات البشرية؛ أى أن التاريخ - كما يعنيه فوكوياما- لا يتعلق بالأحداث التى تقع وإنما هو خلاصة تجارب وتطور الشعوب والمجتمعات من جماعات قبلية بسيطة قائمة على العبودية والزراعة إلى حكومات دينية وملكية وأرستقراطية إقطاعية إلى ديمقراطية ليبرالية قائمة على الحرية ورأسمالية قائمة على التكنولوجيا.

وقد اعتقد هيجل Hegel وماركس Marx أن تطور المجتمعات البشرية ليس إلى ما لا نهاية بل إنه سيتوقف عندما تصل البشرية إلى شكل من أشكال المجتمع يشبع حاجاتها الرئيسية والأساسية؛ أى أن للتاريخ (التطور) نهاية فهو عند هيجل الدولة الليبرالية وعند ماركس المجتمع الشيوعى.

وليس معنى هذا أن الأحداث الهامة سيتوقف وقوعها أو أن الدورة الطبيعية من ولادة وحياة وموت سوف تنتهى، بل المقصود أنه لن يكون هناك ثمة مجال لمزيد من التقدم فى تطور الأنظمة والمبادئ الأساسية.

انتُقدت فكرة أن التاريخ مُوجه لغاية معينة متى وصل إليها فإنه سوف ينتهى. وسبب ذلك أن الأحداث التاريخية الهامة التى وقعت مثل الحربين العالميتين الأولى والثانية، واستخدام الإنسان العلم ضد البشرية فى صورة السلاح النووى وتدمير البيئة، ربما يؤدى إلى إنكار فكرة التقدم التاريخى نحو النهاية. إلا أن أحداث الربع الأخير من القرن العشرين والتى أماطت اللثام وكشفت الضعف فى الأنظمة الديكتاتورية وأدت إلى انهيارها باتت تؤكد أن الديمقراطية الليبرالية تظل المطمح السياسى الواضح الوحيد الذى يتجه إليه التاريخ العالمى.

وترتبط فكرة "خاتم البشر" لدى فوكوياما برأى هيجل. تبعا للأخير، للإنسان تطلعات وطموحات غير احتياجاته الطبيعية من مأكل ومشرب ومأوى حيث يتطلع إلى اعتراف الآخرين وتقديره وتقدير مكانته. يوضح هيجل أن

رغبة الإنسان فى نيل التقدير والاعتراف به ككائن بشرى له كرامته ومنزلته قد زجت به فى معارك دموية مصيرية من أجل المنزلة والمكانة كان من نتيجتها تقسيم المجتمع الإنسانى إلى سادة وعبيد، كلاهما يشعر بعدم الرضا. فالعبيد لم يكن مُعترفا بهم ككائنات بشرية لها حقوق، والسادة يتعرضون لانتقاص مكانتهم من سادة آخرين.

إلا أنه فى ظل الديمقراطية الليبرالية تلاشى التناقض والتمييز وأصبح عبيد الماضى هم سادة أنفسهم. كما رسخت الديمقراطية الليبرالية سيادة الشعب والقانون والاعتراف بكرامة وحق كل مواطن. وبانتهاء الصراع، يتواجد خاتم البشر.

انتُقدت فكرة سيادة الديمقراطية الليبرالية لفوكوياما التى سوف ينتج عنها خاتم البشر. "وخاتم البشر" فى ذلك السياق هو الشخص المعترف به وبمكانته وبحقوقه، باعتبار ذلك نهاية الصراع. وقامت الانتقادات على أن الحرية والرأسمالية سوف ينتج عنهما عدم مساواة اقتصادية مما نتج عنه تقسيم فى الثروة والرخاء وظهور من هم فقراء نسبيا، ومن ثم لا ينظر اليهم الباقون على قدم المساواة . ويتمثل النقد الثانى فى أن الديمقراطية الحديثة تخلق المواطن النموذجى من وجهة نظر مؤسسيها، والذى تربى على الراحة وتخلى عن اعتزازه وإيمانه بتفوقه فى مقابل ذلك؛ أى أنها أنجبت أناسا يجمعون بين الرغبة والعقل الذى يبين لهم أفضل السبل للحصول عليها ويفتقرون إلى الحاجة للتقدير. وبالتالى، فهناك رغبة فى إشباع العديد من الحاجات الشخصية دون الرغبة فى الاعتراف بهم كأفراد أعظم من الآخرين. فالفرد فيها قانع بسعادته وغير قادر على الإحساس بالخجل من أنه عاجز على الارتقاء فوق مستوى احتياجاته. ومن ثم فخاتم البشر ليس بشرا.

ثالثا - صمويل هنتنجتون Samuel Huntington «صدام الحضارات» :

تتمثل الفكرة الأساسية لدى هنتنجتون فى أن الانقسامات والصراعات الكبرى خلال الفترة القادمة ستكون صراعات ثقافية، وأن النزاعات الأساسية

فى السياسة العالمية ستكون بين أمم ذات حضارات مختلفة.

يشير هنتنجتون فى كتابه إلى أن الشكل العام للصدام سوف يكون مرتبطا- إلى حد كبير- بالتفاعل بين سبع أو ثمان حضارات: الغربية والكونفوشية واليابانية والإسلامية والهندية والأمريكية اللاتينية والإفريقية.

والسبب أن الحضارات تتمايز عن بعضها فى اللغة والثقافة والتقاليد والدين، وهى فروق واختلافات أدعى للصدام من تلك المرتبطة بالأيديولوجيات والأنظمة السياسية. ويظل الدين هو العامل الأكثر أهمية فى توفير الإحساس بالهوية، حتى مع توالى عمليات التحديث الاقتصادى والتغير الاجتماعى. إن الفروق والخصائص الثقافية أقل فعالية للتعديل وللتغير من الفروق والخصائص السياسية والاقتصادية.

أشار هنتنجتون إلى أن الاختلافات الثقافية تعوق رغبة الدول فى تعزيز الكتل الاقتصادية الإقليمية فى المستقبل حيث يتطلب ذلك وجود حضارة مشتركة. ويؤكد أن خطوط الانقسام والاختلاف بين الحضارات تحل محل الحدود السياسية والأيديولوجية للحرب الباردة باعتبارها نقاطا تفجر الأزمات والمذابح. وكمثال على ذلك، عملية التفاعل العسكرى بين الإسلام والغرب التى قد تتفاقم خطورته فى المستقبل بفعل تنامى مشاعر العداء للغرب من قبل المسلمين.

من ناحية أخرى، يوجه هنتنجتون الانتباه إلى سعى المجموعات أو البلدان المنتمية لحضارة واحدة للحصول على مساندة الشعوب الأخرى التى تشترك معها فى نفس الحضارة فى حالات الصراع مع شعب من حضارة أخرى، مما يعنى أن الحرب العالمية القادمة هى حرب حضارات، حيث اختارت العديد من البلدان غير الغربية التنافس مع الغرب من خلال تطوير قدراتها الاقتصادية والعسكرية والسياسية عبر عمليات التنمية، وبالتعاون مع بلدان أخرى غير غربية مثل الرابطة الكونفوشية الإسلامية التى ظهرت لتتحدى المصالح والقيم

الغربية، والمتجسدة فى تطوير كل من الصين وكوريا الشمالية لقدراتهما العسكرية وإمداد دول الشرق الأوسط بها.

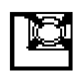
ينتهى هنتنجتون بمجموعة من التوجهات محددا أن مصلحة الغرب تقتضى فى المدى القصير، تدعيم التعاون الأوروبى والأمريكى الشمالى والوحدة بينهما، والعمل على الحد من توسع القوة العسكرية للدول الإسلامية والكونفوشية. وفى المدى الطويل، العمل على احتفاظ الغرب بالصدارة فى القوة العسكرية والاقتصادية لحماية مصالحه وبذل مزيد من الجهد لفهم الحضارات الأخرى.

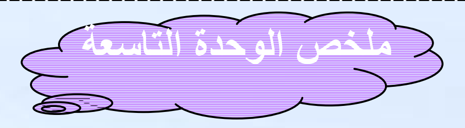
نقد النظرية:

- ❖ استخدام الكاتب لمفاهيم واسعة مثل الغرب حيث يتواجد أكثر من حضارة واحدة.
- ❖ سعيه لابتداع خصم جديد وخلقه للحفاظ على الدور القيادى للولايات المتحدة بمقولة أن الثقافة هى الوحدة الباقية التى تصلح أساسا للصدام القادم.
- ❖ إهماله لدور الدولة التى تتبنى خطًا سياسيًا يختلف مع قيمها الحضارية ولكنها تلجا إليه حفاظا على مصالحها السياسية والاقتصادية. وبالتالى فإن ما يطرحه الكاتب من حتمية الصراع والصدام بين الحضارات عموما، وبين الغرب والإسلام خصوصا هو فكرة تتبناها دوائر صنع القرار فى المجتمع الأمريكى بهدف إذكاء روح العداء بين الغرب والإسلام.

من العرض السابق الراصد لمفهومى العالمية والخصوصية الثقافية فى فكر الآخر، يتضح ميل الكتاب إلى مفهوم "العالمية" على حساب "الخصوصية". وهى عالمية مرتبطة بالمجتمعات المتقدمة مقابل خصوصية المجتمعات النامية والمحلية. وهى عالمية تحقق طموحات القوى الكبرى وتهدف إلى فرض رؤاها

علـى العـالم أجمـع. وهـى رؤى مـرتبطة بمفاهيم التجرد من التاريخ وقبول الأمر الواقع والبعد عن الموروثات التى تحد من التقدم. وتنعكس تلك الرؤى فى العديد مـن الـسياسات التـى تظهـر جلياً بوسـائل الإعـلام الغـربية وتتـردد عبـر الوسـائل المحلية، حيث تحظـى بأهمية فائقـة ، خاصـة فـى عصـر العولمة ، الـذى يـسمح بذيـوع المضـامين الأجنبية – ولا سيما الأمريكية – على معظم الثقافات المحلية، مما يثير ردود أفعال عدة. وهو ما سيتضح فى الوحدات اللاحقة.





- رصدت الوحدة التاسعة التطور فى العلاقة بين الأنا والآخر، بين مفهومى العالمية الثقافية والخصوصية الثقافية من خلال مناقشة الرؤية الغربية فى هذا السياق.

- ناقش جان بودريار "الحداثة" و"الغرابة" و"الخروج عن المألوف" فى المجتمع الأمريكى مشيراً إلى أن انطلاق المجتمع الأمريكى من درجة صفر فى الثقافة هو من أهم أسباب انطلاق أمريكا نحو التفوق والتطور و"العالمية".

- وقد أكد على ذلك فوكوياما فى كتابه نهاية التاريخ وخاتم البشر، مشيراً إلى انتصار الرأسمالية والديمقراطية الليبرالية الغربية. إلا أن نظرية صدام الحضارات لصمويل هنتنجتون رغم تأكيدها على فكرة فوكوياما إلا أنها قد لفتت الانتباه إلى احتمال حدوث صدام وصراعات ثقافية بين أمم ذات حضارات مختلفة.

- خلاصة القول، يؤكد بودريار على عالمية أمريكا التى وصلت إليها من خلال تجردها من التاريخ وانقطاع صلتها "بالأموات". ويؤكد فوكوياما على عالمية الديمقراطية والرأسمالية الأمريكية التى حققت طموحات البشر، أما هنتنجتون فيرى أن الساحة ما زالت محلاً للصراعات الثقافية مؤكداً على أهمية ودور الخصوصيات الثقافية فى مواجهة العالمية.

أسئلة على الوحدة التاسعة

أولاً- ضع علامة (√) أمام العبارة الصحيحة وعلامة (×) أمام العبارة الخطأ مما يأتى:

١- تنطلق أمريكا من درجة صفر فى الثقافة. ( )

٢- يؤكد فوكوياما على شرعية الديمقراطية الليبرالية كأفضل نظام للحكم. ( )

٣- الغرابة والخروج عن المألوف هما شهادة ميلاد المجتمع الأمريكى. ( )

٤- الحداثة فى المجتمع الأمريكى مرتبطة بالتاريخ. ( )

٥- خاتم البشر لدى فوكوياما يعنى نهاية البشر. ( )

٦- تعوق الاختلافات الثقافية رغبة الدول فى تعزيز الكتل الاقتصادية. ( )

٧- الصدام القادم بين الدول ثقافى وليس عسكرياً. ( )

ثانياً - اكتب باختصار فيما يلى:

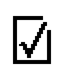
١- حداثة المجتمع الأمريكى.

٢- المقصود بنهاية التاريخ.

٣- المقصود بخاتم البشر.

٤- المقصود بصدام الحضارات.

٥- الانتقادات الموجهة لصمويل هنتنجتون.

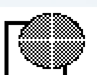


الإجابة عن أسئلة الوحدة التاسعة

أولاً: ١- (√) ٢- (√) ٣- (√) ٤- (×)

٥- (×) ٦- (√) ٧- (√)

ثانيا: متروك للدارس.



الوحدة العاشرة

عالمية الإعلام الدولى وخصوصية المجتمعات المحلية "رؤية حضارية"

الأهداف السلوكية:

بعد دراسة هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادرًا على أن :

١. يتعرف المقصود بالعلاقة بين الثقافة المحلية والإعلام الأجنبى خلال فترات تاريخية مختلفة.

٢. يوضح المقصود بالإمبريالية العسكرية والاستعمار.

٣. يحدد مكونات المجتمع التقليدى والحديث.

٤. يتعرف المقصود بماهية التحديث.

٥. يذكر ويشرح نظرية الإمبريالية البنيوية فى مرحلة الإمبريالية.

العناصر:

- ماهية الإمبريالية العسكرية والاستعمار.
- التحديث.
- النظرية الاجتماعية لفرديناند تونيز.
- كارل ماركس والماركسية.
- ماكس فيبر والعقلية الحديثة.
- استراتيجيات المجتمع الحديث:
  ١. الإجماع السياسى.

المفاهيم الرئيسية:

الامبـريالية العـسكرية- الـتحديث- الإمبـريالية الثقافـية- العـولمة- الإمبـريالية البنيوية- الإعلام الأجنبى- الثقافة المحلية.

مقدمة :

فى عصر العولمة المعاصرة، هل يحاول الإعلام الأجنبى التأثير فى ثقافة المجتمعات المحلية والضغط عليها بوسائله المختلفة؟ كيف يكتسب التداخل الثقافى والاتصالى الاقتصادى معنى لدى الثقافات المحلية المستقبلة؟ هل تقاومه أم تتكيف معه أم تستسلم له؟

للإجابة عن هذه التساؤلات، فإننا نقترح توصيف الظاهرة -علاقة الإعلام الأجنبى بالثقافات المحلية- فى سياق تاريخى - حضارى. والهدف من هذا التوصيف هو توضيح تطور العلاقة بين الثقافة المحلية والإعلام الأجنبى منذ

الإمبريالية العسكرية أو الاستعمار إلى العولمة مرورا بالتحديث والإمبريالية الثقافية. ونقترح فى مرحلة أخرى، توصيف هذه العلاقة من خلال سياق نظرى اتصالى يتيح إدراك ردود أفعال ونشاط المتلقين المحليين فى مواجهة الوجود الإعلامى الأجنبى.

تجدر الإشارة إلى أنه منذ عقود كثيرة يهتم عدد كبير من الباحثين، بالجوانب الثقافية للاتصالات والانتشار الدولى للمعلومات وخاصة من المركز للأطراف. وقد أدانت المناقشات داخل اليونسكو - التى توصلت إلى ميلاد نظام عالمى جديد للمعلومات والاتصالات وإعداد تقرير ماكبرايد (McBride)- انتشار وتدفق المعلومات فى اتجاه واحد والهيمنة الثقافية للقوى الكبرى، وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية على البلاد النامية.

فى بداية الثمانينيات، استمرت المناقشات آخذة فى الاعتبار السياق الجديد الخاص بالعولمة عند تناول العلاقة بين الاتصال والثقافة، مع استنكار استمرار تدفق المعلومات فى اتجاه واحد وعدم المساواة فى التبادل الثقافى والاتصال على المستوى الدولى.

وتتخذ فكرتنا حول العلاقة بين الاتصالات العالمية والثقافات المحلية كهدف لها تحليل الطريقة التى تؤثر بها الثقافة المحلية والمتكونة من نظم ورموز وقيم مكتسبة من قنوات التنشئة الاجتماعية الإغرائية والقهرية على إدراك واستخدام الإعلام الأجنبى، حيث نطرح السؤال التالى: هل ينبغى اعتبار الانتشار المكثف للمضامين الإعلامية الأجنبية فى عدة بلاد متقدمة أو نامية خطرا على الثقافات المحلية؟

فى هذا السياق، نشير إلى أن إدراك مضمون الإعلام الأجنبى يكون وثيق الصلة بالتمثيلات التى يكونها حملة الثقافة المحلية. هذه التمثيلات تتأثر بشكل كبير بالسياق الجغرافى والاجتماعى والثقافى والملابسات التاريخية، وكذلك بقنوات التنشئة الاجتماعية الإغرائية والقهرية للمتلقين.

يتيح لنا السياق الحضارى إدراك التطورات والتغيرات التى حدثت فى ثقافة المجتمعات المحلية إزاء التواجد الإعلامى الأجنبى. ويمكن القول: إنه بالنسبة لكل مرحلة- سواء مرحلة الاستعمار أو مرحلة التحرر- تتواجد بُنى مختلفة بين قنوات التنشئة الاجتماعية المحلية الإغرائية والقهرية والوجود الإعلامى الأجنبى.

أولا - الإمبريالية العسكرية والاستعمار :

Imperialisme Militaire & Colonialisme

يقصد بالإمبريالية ميل الدول القوية إلى استخدام القوة المسلحة لإخضاع شعوب وأمم لسيادة الدولة الغازية كسلطة ذات إدارة مركزية. لم يكن الاستغلال الاقتصادى للبلاد الخاضعة سوى هدف ثانوى بالنسبة للسيادة السياسية والعسكرية. ومع ظهور الاستعمار، صار الهدف الرئيسى هو الاستغلال الاقتصادى لمنطقة بعيدة عن العاصمة ووسيلته لذلك الغزو العسكرى والخضوع السياسى.

هذان المفهومان المتعلقان بالاستعمار والإمبريالية الاقتصادية مرتبطان، وفقاً للعديد من المحللين الماركسيين (روزا لكسمبرج Rosa Luxemburg، وولفجانج مومسن Wolfgang Momsen) بالرأسمالية. ووفقا للينين Lenine ولهؤلاء المحللين السابقين، الإمبريالية هى المرحلة الأخيرة للرأسمالية، حيث تتسم باختفاء المنافسة الحرة أمام الاحتكارات وتصدير رأس المال والصراع العالمى لغزو وفتح أسواق اقتصادية جديدة، والمخاطر المترتبة على هذا التقسيم العالمى، وإعادة تقسيم المستعمرات.

يمكننا مما سبق أن نخلص إلى أن تعبير "إمبريالية" يتعلق من ناحية بنظام سياسى (الإمبريالية العسكرية) -ومن ناحية أخرى- بنظام اقتصادى (الاستعمار والاستغلال الاقتصادى). فى ظل النظامين، يجرى التلاعب بالعقول Manipulation des esprits من أجل إشباع المصالح الخاصة للقوى

الإمبريالية الاستعمارية.

تقودنا الإثباتات السابقة إلى إدراك أن مفاهيم الإمبريالية والاستعمار والرأسمالية تنطوى بداهة على تبعية كاملة للشعوب الخاضعة للاستعمار فى العلاقة القائمة بين الثقافة المحلية والإعلام الأجنبى، حيث يكون حملة الثقافة المحلية فى وضع سلبى بسبب التأثير المادى للمهيمنين والمستعمرين الذين يلجأون إلى استخدام وسائل إغرائية قهرية غير إعلامية. وقد عرفت الثقافة المحلية تعديلات بسبب هذه الإسهامات الخارجية. فضلا عن هذا، حاول بعض الصفوة المحليين المتأثرين بعلاقات الإغراء والقهر الأجنبية ممارسة بعض التأثيرات على السكان المحليين. وعلى هذا، يمكن القول: انه توجد فى هذه الفترة تبعية عندما تتوافق القنوات المحلية مع الأجنبية.

كانت هذه هى حالة الاتصال بين مصر والاستعمار الإنجليزى أو الفرنسى على سبيل المثال. فكان من تأثير الوجود المادى العسكرى الأنجلو فرنسى التدخل فى مجالات كثيرة كالتعليم فى جميع مراحله، وفى اختيار البرامج والمناهج الدراسية ولغة التعليم وإعداد المدرسين والإدارة والمالية والأنشطة الثقافية. وهذا الوجود غير مرتبط بالإعلام وإنما بمجموعة من العلاقات التفاوضية بين بعض أعضاء المجتمع المصرى والمحتلين.

أشار جمال حمدان فى كتابه "شخصية مصر" إلى أن الاستعمار وأعضاء المجتمع المخلصين للسلطة الأجنبية قد أثروا على البنى الثقافية والاجتماعية للمصريين بل وعلى أنماط حياتهم. وكان لرغبة المصريين فى تقليد الثقافة الغربية- متأثرين بالصفوة منهم المغربنين Elite occidentalisée - أثرا سلبى على المجتمع.

وقد ترتب على هذا النمط من الاحتكاك بين أعضاء قنوات الإغراء والقهر المحلى وأعضاء قنوات الإغراء والقهر الأجنبى تعديلات فى قنوات انتماء المصريين وفى أطرهم المرجعية. إلا أنه من جهة أخرى، قد يولد هذا الاحتكاك

منافسة بين الطرفين حيث يستطيع بعض أعضاء المجتمع المحلى إظهار مقاومة ضد أهداف المستعمرين. ولكن غالبا ما تكون القنوات الأجنبية المدعمة بالوجود العسكرى للسلطة الاستعمارية هى الأقوى حيث تحاول الاستمرار عن طريق إعداد "موظفى" الاستعمار من السكان المحليين.

ثانيا - التحديث Modernisation :

يضع التحديث ثقافة البلاد النامية (البلاد التقليدية) فى وضع معارض لقيم المجتمعات الغربية (المجتمعات الحديثة) فى إطار العلاقة بين الثقافة والإعلام الأجنبى. ولفهم أهمية هذا النقاش لا بد من فهم ظهور فكرة الحداثة وطبيعتها ويتم ذلك من خلال التعرف على خصوصيات المجتمع الحديث بالنسبة للمجتمع التقليدى.

إن التغير نحو الحداثة، تبعا للعديد من المفكرين، يستند إلى جانبين: اجتماعى وفلسفى. ويرتبط الجانب الاجتماعى بالنظرية الاجتماعية لفرديناند تونيز Ferdinand Tonnies الذى عرف الحداثة على أنها عبور المجتمع التقليدى (Gemeinschaft) إلى المجتمع الحديث (Gesellshaft). و فيما يلى عرض لهذه النظرية.

النظرية الاجتماعية لفرديناند تونيز:

ما الذى يميز هذين الشكلين؟ يجيب الكاتب بول عطا الله Paul Attallah عن هذا التساؤل.

أولاً: تتميز المجتمعات الحديثة بالتحضر Urbanisée. ويعود ذلك إلى موجات الهجرة والتنقل الديموجرافى فى منتصف القرن التاسع عشر فى معظم المجتمعات الأوروبية والشمالية الأمريكية.

فمنذ ذلك التاريخ، ويقطن معظم سكان المجتمعات الحديثة فى المدن. إذن، الـ Gesellschaft هو أول شكل من أشكال المجتمعات فى التاريخ التى يقطن معظم سكانها فى مراكز متحضرة. ولكن، لماذا تمركز السكان فى المدن وبعدوا

عن القرى؟ هناك عوامل كثيرة تشرح ذلك، تأتى على رأسها ومن أهمها قدوم نمط إنتاج رأسمالى ووجود علاقات إنتاجية وملكية حددت شكل هذا النمط.

ثانياً: المجتمع الحديث مجتمع صناعى Industrialisée يقوم على الصناعة واستخدام التقنيات الأكثر ربحية. إذن، تصبح البروليتاريا المتحضرة بروليتاريا صناعية.

ثالثاً: من خلال تركيز معظم السكان فى المدن، فإن المجتمع الحديث يشجع ظاهرة "التجمهر" أو "التكثف" Massification. بصورة أخرى، مع التحضر والتصنيع، فقد وجد الشعب فى صورة جمهرة.

وقد ارتبط بمفهوم الحشد أو الجمهرة أشكال جديدة من الاتصالات الاجتماعية Contact Social لتحل محل الاشكال التقليدية. على سبيل المثال فإن نجاح الوسائل الإعلامية الجماهيرية مثل السينما والصحافة يرتبط بالتجمعات الديموجرافية الكبيرة. ومع المجتمع المتحضر والصناعى وأشكال الحشد والجمهرة، فقد استُبدلت بعض أشكال الاتصال التقليدية بأخرى حديثة. وهنا، يظهر فى المجتمع الحديث أهمية تواجد الوسائل الإعلامية.

رابعاً: يتميز المجتمع الحديث بالتخصص Spécialisation ، حيث يتوقف نجاح الصناعة الحديثة على التخصص الدقيق. وإذا كان التخصص يسمح بزيادة الإنتاجية إلا أنه يسمح أيضاً بتكوين تجمعات حول تخصصات مختلفة.

يصحب أيضاً ظاهرة التخصص، تخصص فى الأدوار الاجتماعية. ففى المجتمع التقليدى يكون تراكم الأدوار هو القاعدة الأساسية. على العكس من ذلك فى المجتمع الحديث، فلا يمكن أن تنسحب مقدرة فرد فى دور ما أو فى مجال ما على بقية الأدوار أو المجالات الأخرى.

خامساً: يؤدى التخصص إلى حدوث تلف فى الصلات التقليدية مما يخلق الحاجة إلى وجود "عقد" Contrat. ففى المجتمعات التقليدية، قيام الأشخاص

بالتزاماتهم لا تحدده قواعد ونظم عقدية. فالحياة فى مجتمع ودى يضمن القيام بالالتزامات واحترام الآخرين. على العكس من ذلك فى المجتمعات الحديثة، فهناك حاجة إلى ضمانات لإثبات النوايا الحسنة للآخرين، وبالتالى فإن الالتزامات تحددها عقود يشترط فيها العقوبة عند عدم تنفيذ أيٍ منها أو عند عدم تنفيذ الوعود.

إذن، طالما لا يوجد بنية اجتماعية يتحدد على أساسها اختيار الشريك الآخر سواء العادات أو الأصل الاجتماعى أو الاهتمامات العائلية، فهناك حاجة ماسة للاسترشاد بقواعد أخرى. وفى هذه الحالة، فإن الفرد فى حد ذاته يلجأ لمشاعره ولاهتماماته الشخصية، ويكون فى حاجة إلى ضمانات تضمن له عدم تعدى الطرف الآخر عليه.

بإيجاز، يمكن تلخيص ما سبق فى أن المجتمع الحديث يتميز بالتحضر والتصنيع والجمهرة والتخصص والعقود. وهذه الميزات تحقق مجتمعاً مجهول الهوية، وفى نفس الوقت كل فرد يتمتع بحرية الفعل. أما فى المجتمع التقليدى فإن الفرد مراقب من المجتمع الذى يحدد له معنى وحدود الفعل الذى يمكن أن يقوم به.

وفى الواقع، هناك مزايا وعيوب لكل مجتمع من المجتمعات السابق ذكرها. وإذا كان المجتمع التقليدى قهرياً إلا أنه مجتمع يحقق الأمان لأنه يوفر مرجعية للسلوك الجيد الفردى والاجتماعى. أما المجتمع الحديث فهو يعظم الحرية، إلا أنه ينتج عنه العزلة وكذلك عدم التوجه بمعنى إلغاء إمكانية الاتفاق الاجتماعى Consensus Social حول شيء محدد. ففى المجتمع الحديث: إذا كان كل فرد محكوماً باهتماماته وبمصالحه الشخصية، فإن ذلك يُصعَب من اكتشاف اهتمامات مشتركة. والفرد فى المجتمع الحديث كائن اجتماعى حيث تمثل الحرية والإحساس بالفردية والاستقلالية والمصالح الشخصية بنية اجتماعية Construction Sociale.

ومن خلال رؤية Tonnies، يمكن القول أنها تمثل نظرية للتغير الاجتماعى، ولكن فى نفس الوقت فإن الـ Gemeinschaft والـ Gesellschaft تهتمان فقط بتوصيف الفروق بين المجتمع التقليدى القديم والمجتمع الحديث من خلال تعظيم الماضى دون شرح أسباب المرور من شكل مجتمعى إلى آخر.

هناك نظريات أخرى أكملت النقص الذى يوجد فى نظرية Tonnies وهى نظريات تشرح أو تحاول تقديم شروح للفروق التى توجد بين المجتمعات المختلفة وعملية المرور والانتقال من شكل مجتمعى إلى آخر. ومن أمثال هذه النظريات التى يعرضها عطا الله: نظرية كارل ماركس (الماركسية) وماكس فيبر (العقلية الحديثة).

كارل ماركس والماركسية Karl Marx & Marxisme:

نظرية كارل ماركس (١٨١٨-١٨٨٣) والتى أطلق عليها اسم الماركسية بعد وفاته تنبثق من مدخل اقتصادى وسياسى مستقبلى، حيث لا تركز هذه النظرية على مثالية الماضى، وإنما على عملية استمرار الصراع فى المجتمعات. يرى ماركس أن الماضى لا يمثل إلا مكاناً وموقعاً للصراعات التى تفتح الباب لمزيد من الصراعات الأخرى فى المستقبل. فجميع المجتمعات، وحتى التقليدية منها، تنقسم حول مصالح مختلفة والتى أثرت بدورها فى عملية تحول المجتمعات. بالنسبة لماركس، فإن جوهر التغيير الاجتماعى يتمثل فى صراع الطبقات الاقتصادية ذات المصالح المتباينة. ودائماً ما تثار الطبقات المقهورة فى المجتمعات التقليدية ضد الطغاة فى نفس هذه المجتمعات مما يعكس أن "مثالية" الـ Gemeinshaft لا وجود لها. ومن جهة أخرى، طالما أن ماركس لا يعقد أى "علو" للماضى على حساب الحاضر، فإنه يقدر- إلى حد ما- إنجازات المجتمع الحديث.

بالنسبة لماركس، يعد العالم الحديث أفضل من القديم. ولكنه يرى فى نفس الوقت أنه يساند التناقضات الطبقية التى ستؤدى فى يوم ما إلى سقوطه

وانهياره. وقد استنتج ماركس أن هذه التناقضات سوف تؤدى حتماً إلى سقوط الرأسمالية وإلى إحلالها بمجتمع آخر لا يفرق بين الطبقات.

ماكس فيبر والعقلية الحديثة Max Weber & Rationalite Moderne :

ماكس فيبر، عالم اجتماع ألمانى (١٨٦٤-١٩٢٠) ماركسى متأثر جداً بفكر ماركس، ولكن يميزه اهتمامه بالعوامل غير الاقتصادية التى تحدث عملية التحول الاجتماعى. تبعاً لفيبر، يظل الاقتصاد عاملا هاما فى عملية التغيير ولكنه ليس عاملاً محدداً.

يؤكد فيبر أن اختلاف أشكال وأنماط العقليات يمكن أن يلعب دوراً محدداً كالدور الذى تلعبه التناقضات الاقتصادية. ويقصد فيبر بمصطلح "نمط العقلية" Forme de rationalité مجموعة الأسباب التى يلجأ إليها مجتمع ما لتبرير تنظيمه ونظامه وبنيته.

يرى فيبر أن المجتمعات غالباً ما تتسم بهيمنة شكل من أشكال العقلية مثل العقلية الروحانية، العقلية الدينية، العقلية الكاريزمية ... وهكذا. إلا أن - بالنسبة له- ما يميز المجتمع الحديث هو العقلية البيروقراطية. وهى عقلية مرتبطة بتوسع الدولة – على المستوى الإدارى أو الاقتصادى.

ومن هنا، تحدث عملية تحول فى المجتمع. فمن مجتمع تقليدى محكوم بعقلية دينية لمجتمع حديث محكوم بعقلية بيروقراطية، يتسع فيها دور الدولة وليس دور الدين.

مما سبق يتضح أن المجتمع التقليدى يقوم على الانتماء العرقى، ويميزه تماسك التقاليد والقيم الثقافية والدينية واللغوية، بينما المجتمع الحديث هو اتحاد اختيارى بين الأشخاص والأفراد الذين يتجمعون لعمل شىء ما سويا. وتتميز المجتمعات التقليدية بوجود علاقات اجتماعية غير رسمية، يكون الفرد فيها تحت إشراف المجتمع الذى يحدد اتجاهات وحدود الفعل الفردى. أما المجتمع

الحديث فيتسم بالعلاقة التعاقدية المقبولة اختياريا بين الأشخاص وكل إنتاج أو إبداع يعود للفرد الإنسان. وفى هذا المجتمع الحر، يتمتع أفراده بحرية فردية كبيرة.

وعلى هذا يمكننا القول: إنه فى المجتمعات الحديثة، ينتمى الفرد إلى القبيلة الكونية ؛ أى إلى الإنسان عموما. هذا الإنسان الحديث يُعرف أساسا بمرونته العقلية فى مواجهة الأوضاع الجديدة وبتكيفه مع أنماط قيم المجتمعات الصناعية الغربية. هذه القيم لا تنتقل ولا تورث من خلال التقاليد ولا تقبل بصورة سلبية ولكنها قابلة للتعديل وللتشكيل تبعا لمعايير الفعالية والعقلانية بواسطة فرد علمانى حر فى اختياراته.

ننتقل هنا إلى الجانب الفلسفى للحداثة، حيث تسعى إلى إحلال العلم محل الإله فى المجتمع، فى حين تظل المعتقدات الدينية مرتبطة بالحياة الخاصة للأفراد. بتعبير آخر، عندما يقوم مجتمع ما على أساس إيمانه بقوة عليا فان تفسيره للمواقف والأمور يعتمد على نظامه القيمى الخاص به، ولكن عندما يكون المجتمع علمانيا مطلقا، فإن القوة العليا تكون تلك المرتبطة بالعقل.

هذا العبور نحو الحداثة يعنى بالنسبة لبعض الكتاب انتصار العقل على الدين مع إلغاء الحكم المطلق للإله ، وظهور مجتمع مدنى منفصل عن الكنيسة وظهور البرلمانية لتمثيل المواطنين باعتبارهم أفرادًا وليسوا أعضاء فى مجتمع يعلو ويسيطر عليهم.

استراتيجيات المجتمع الحديث:

ماذا يحدث عندما يعتقد أو يضع جانباً أى مجتمع "العلو والقدرة الإلهية"؟ ينتج عن هذا الرفض المجتمع الحديث، كما يشير أيضا الكاتب عطا الله. ومن هنا فقد طور المجتمع الحديث ثلاث استراتيجيات لتعويض غياب الإرادة الإلهية العليا: الإجماع والاتفاق السياسى، الفلسفة العصرية الحديثة، والمنهج العلمى. وهذه

الاستراتيجيات ترتكز على المنطق والعقل وبدونها لا يمكن القول بأن هناك مجتمعًا حديثًا.

١- الإجماع السياسى Le Consensus Politique:

المشكلة الأولى التى تواجه المجتمع الحديث تتعلق بتنظيمه السياسى الاجتماعى، من أين تُتَّخذ القواعد والنظم التى ينتج عنها مجتمع صالح؟

ولقد أجاب المجتمع الحديث عن هذا التساؤل بالإجابة التالية:

اتفاق البشر أى جميع الرجال وجميع النساء بينهم هو فقط الذى يسمح بتكوين مجتمع. وهذا الاتفاق أو الإجماع يشكل الأساس الذى من خلاله يطلق المجتمع قوانينه ونظمه. وهو مفهوم يشبه المفهوم الذى أطلقه الفيلسوف السويسرى روسو Rousseau (١٧١٢- ١٧٧٨) فى القرن الثامن عشر "العقد الاجتماعى" Le Contrat Social.

وللتوصل إلى هذا الإجماع لإقامة عقد اجتماعى، لا بد من وجود مناقشات حرة ومفتوحة بين كل الأعضاء فى المجتمع. وبهذا، يتم اتخاذ إجراءات وإنشاء مؤسسات تسمح بإجراء هذه المناقشات والحوارات لاستخلاص الاتفاق ولتكوين المجتمع الصالح. هذه الإجراءات والمؤسسات تتمثل فى حقوق التصويت، البرلمان، واستخدام الصحافة لعرض هذه الحوارات السياسية، الخ.

من جهة أخرى، يجب الإشارة إلى أن أساس حياة هذه المؤسسات يتمثل فى الاتصال. فمثلاً نظم البرلمان تشير إلى طرق الحديث والتعبير، والتصويت هو فعل يحث على حرية التعبير، والصحافة تمثل مكاناً لالتقاء الأصوات الاجتماعية ولمناقشتها. إذ إن هناك اهتمامًا من المجتمع الحديث إزاء مفهوم "الاتصال"، حيث بدون هذا الاتصال الحر وغير المقهور، لن يستطيع المجتمع الحديث استخلاص واستنباط مبادئ وقواعد تنظيماته الاجتماعية. وبالتالى، تتطور فى المجتمع الحديث الوسائل الإعلامية المختلفة التى يمكن أن توسع من دائرة الاتصال الاجتماعى ويقوم المجتمع بتأسيس قوانين ومؤسسات ولوائح

ونظم تحمى وتحث على الاتصال. فى هذا السياق، وُلد الاهتمام الحديث بالاتصال، حيث أصبح الاتصال مثار اهتمام المجتمعات الحديثة، لأنه يشكل فى الوقت ذاته شرط تواجده واستمراره.

وهذا التفاعل التبادلى يعنى أيضاً أن أى مناقشة تستوجب الشك فيما يقوله الطرف الآخر، ويستلزم أيضاً إجبار الآخر على تقديم أسانيد لصحة أقواله. فالحقيقة والصدق يصبحان محور اهتمام الاتصال.

٢- الفلسفة الحديثة La Philosophie Moderne:

طالما أن كل متحدث يمكنه أن يشك وأن يطالب بتقديم براهين على ما يقوله المتحدث الآخر، إذن فكل فرد منهم، وكل المجتمع الذى ينتمون إليه يتمتع "بالعقل" و "بالفكر". وهذا الموقف الذى يركز على "العقلية العالمية" يتضمن نتيجتين أساسيتين:

أ. طالما أن الجميع يتمتع بعقلية رشيدة، فلا يوجد من يحتكر المعرفة. فهذه المعرفة الخاصة بموقف ما لا يمكن الحكم عليها أو حتى اكتشافها إلا من خلال المناقشة والاتفاق المشترك أى من خلال "إجراء الإجماع".

هذا التمركز حول العقل كان له آثاره العميقة على الفلسفة الحديثة. وفى الواقع، فإن الفلسفة قد اكتشفت أنه طالما أن الحقيقة غير معطاة من خلال قوة عليا ولا تنتمى إلى شخص محدد، فمن المهم إيجاد أسس أخرى يمكن من خلالها الحكم على صحة الأشياء. ومن هنا، فقد اهتم الفلاسفة بنظم العقل ذاتها (المنطق) لإثبات ما يعنى بالتفكير السليم.

وقد أثر منطق العقل Postulat de la raison وأحدث آثاراً اجتماعية. فالإنسان العاقل لا بد وأن يقدم صحة ادعاءاته لأنه إذا ادعى أنه عاقل، لا بد وأن يظهر أنه مستعد للتنازل عن حججه مقابل حجج أخرى أكثر منطقية. كما أن الإنسان العاقل لا يجب أن يقدم معلومات صحيحة ولكنه يجب أن يكون مخلصاً فى معلوماته أى لا يتكلم فيما يجهله. إذن، الرجل العاقل فى المجتمع

الحديث يجب أن يقدم دائماً الدليل على ادعاءاته لتبريرها وكذلك عدم الخوض فى مجالات هو يجهلها.

٣- المنهج أو الطريقة العلمية La Méthode Scientifique:

ب. النتيجة الثانية لمنطق العقل تركزت فى المقولة التالية: لا يوجد من يحتكر المعرفة والجميع يتمتعون بعقلية رشيدة، إذن فى هذه الحالة لا بد من اكتشاف الطرق الموضوعية التى تمكننا من التعرف على الحقيقة.

وقد تفتح الفلسفة الحديثة أحد طرق التعرف على الواقع الحقيقى ولكنها غير كافية. ومن هنا تظهر الطريقة العلمية كأحد طرق اكتشافه.

وعلى العكس من الإجماع والفلسفة التى تُعظم الفردية الإنسانية، فإن المنهج العلمى يبعد عن الذاتية التى يتمتع بها أى إنسان عاقل. والمنهج العلمى هو منهج يعاصر نهاية المجتمع التقليدى القائم على تقديس الإله وبداية المجتمع الحديث القائم على الاتفاق السياسى.

ويمكن بإيجاز القول أن المجتمع الحديث يطور ثلاث إستراتيجيات لتعويض غياب القدرة الإلٰهية هى :

١. الاتفاق أو الإجماع السياسى الذى يعظم الفردية ويحث الفرد على التعبير.
٢. الفلسفة الحديثة التى تعظم أيضاً الفردية وتحاول تقديم دلائل لظواهر معينة.
٣. المنهج العلمى الذى يبعد عن الفردية من أجل اكتشاف مجموعة من النظم الموضوعية التى تشكل الأساس الموضوعى للحقيقة.

فى هذا السياق، يمكننا القول أن التحديث بجوانبه الاجتماعية والفلسفية يمكن أن يغذى التوتر بين ثقافة المجتمعات التقليدية وقيم وبنية المجتمعات الحديثة. وهنا، تتشتت الدول غير الغربية بين أمرين : البحث عن أصالة مثالية كشرط أساسى لتنميتها من جانب، والتمثل الصعب لحداثة مفروضة عليها من

أجل تنميتها من جانب آخر. وقد تبنى بعض الباحثين عملية الإصلاح بينما يقبل الآخر الحداثة ولكن مع استمرار التمسك بالمقدسات.

وقد واجهت المجتمعات المحلية التقليدية -فى إطار التحديث- السؤال التالى: هل يمكن التحديث على أساس مادى (المادية) دون تغيير القيم والمواقف والسلوكيات (الروحية) الخاصة بشعوبهم؟ هل يمكن أن يحدث تحديث دون غربنة؟

تتعدد الرؤى، هناك من يربط التحديث بالغربنة Westernization وهذا التيار البحثى نشأ فى نهاية الخمسينيات.و من هذا المنظور، فالطريق الوحيد الممكن لخروج الدول حديثة الاستقلال من أوضاعها النامية هو الغربنة كشرط لا بد منه لكل تحديث على مستوى العالم.

يستهدف منظرو هذا التيار (لوسيان باى Lucien Pye، وولبور شرام Wilbur Schramm، ودانيال ليرنر Daniel Lerner) من خلال نظرياتهم المتعلقة بالتنمية إيجاد ووضع آليات تخدم النمو الاقتصادى للمجتمع ؛ بمعنى زيادة ثرواته ورفع مستوى حياة شعبه. وهذا النموذج الاقتصادى يؤكد معادلة التخلف مع الفقر ونقص المنتجات المادية. كذلك يتطلب التحديث على المستوى الاقتصادى زيادة الإنتاجية الاقتصادية للمجتمع من خلال تراكم واستثمار رأس المال فى القطاعات الأكثر إنتاجية فى المجتمع.

بناءً على ما سبق، فإن تعبئة الموارد البشرية فى اتجاه المشاركة الفعلية فى عمليات التنمية الوطنية - على المستوى الاجتماعى والاقتصادى والسياسى- سيكون أمرا حاسما . هذه المشاركة تتطلب عملية تعبئة نفسية للجماهير التى أصبحت عنصرا رئيسيا لانطلاق عملية التحديث ومن ثم التنمية. وقد دفع اعتقاد بعض المنظرين بأهمية الاتصال الجماهيرى فى تعبئة الجماهير إلى تأكيد أهمية توظيف الوسائل الإعلامية لخدمة التنمية. من هذا المنظور، تعد وسائل الإعلام أداة لا غنى عنها لدفع شعوب المجتمعات

النامية نحو الحداثة والتغيير. وأصبحت وسائل الإعلام – فى هذا السياق- مؤسسات ترسم السلوكيات الحديثة وحاملة وعاكسة لثورة التطلعات المتزايدة. وقد انقسم السكان الأصليون إلى قادة رأى من ناحية، وإلى جماهير سلبية من ناحية أخرى.

مما سبق يتضح ربط نموذج النمو الاقتصادى لتخلف الدول النامية عن التنمية بالقيم والمواقف والسلوكيات الخاصة بالأفراد فى هذه البلاد. ومن هنا لا بد من حدوث عملية تغيير على المستوى الثقافى. وبالتالى، ارتبطت عملية التصنيع والتحديث بالتغير العميق للقيم والنظم النفسية والثقافية لأفراد هذه المجتمعات النامية. إذن، الحداثة تقتضى "التصالح" مع القيم الغربية حتى يمكن المشاركة فى عملية التنمية.

تذهب رؤية أخرى إلى أن التحديث ممكن حدوثه دون "غربنة". فعملية التحديث – بالنسبة لبعض المفكرين- ليست مرادفاً لعملية الغربنة أو تغيير القيم والثقافات. فالتحديث المرتبط بالغربنة يؤدى إلى تحطيم العلاقات الاجتماعية والوجدان والعادات والمعتقدات المحلية. من هذا المنظور، فإن تبنى الحداثة بالمفهوم الغربى يكلف الشعوب المحلية غالياً حيث يدفعهم دفعاً لهجر ثقافتهم والانقلاب على عاداتهم التقليدية. يصف الكتاب المنتمون إلى هذه الرؤية الحداثة بأنها عملية اعتداء على التقاليد والقيم الموروثة والثقافات، المهددة بتصاعد التقنية والسوق. كذلك، يؤكد بعض المفكرين أن الدين باعتباره شكلاً من التقاليد فإن الروح المعادية للتقاليد لا يمكن أن تكون إلا معادية للدين. فهى تبدأ بتغيير الدين فإذا تمكنت من ذلك تنتهى باستبعاده.

وبذلك، توجد الثقافة المحلية فى تعارض مع التحديث. ويعتبر كثير من الكتاب والباحثين أن التحديث بمعنى الغربنة فى البلاد النامية هو أحد أسباب تبعيتها وسلبيتها أمام البلاد المتطورة. يشير سرج لاتوش Serge Latouche: إلى أن طريق الثراء يبدأ –بالنسبة للمجتمعات المتأخرة فى التحديث- بالتخلى عن

العادات السيئة وطرق التفكير. يأتى بعد ذلك تبنى نموذج التنمية والتقبل الجبرى للقيم الخارجية. هذه المجتمعات هى ضحايا التقدم".

وضع أحد السياسيين البرازيليين هذا الانتقاد بالطريقة التالية: "يبدو أن مفهوم التبعية يسير فى نفس الاتجاه الذى يسير فيه مفهوم التحديث. بين المركز والمحيط، وبين الدول المسيطرة والدول الخاضعة، يتدفق سيل التنمية الاقتصادية (...) تجاوز التبعية يتساوى مع الحصول على فرص أخرى فى التنمية مثل تجاوز التقليدية شرط لا غنى عنه لتكون عصرياً".

مما سبق يتأكد عدم أهلية مجتمعات العالم الثالث لحل مشكلاتها كنتيجة لتدمير الغرب لتماسكها. وبهذا، فقد عرفت الثقافة المحلية تغيرات وتعديلات عن طريق الحلول الغربية المقترحة لمشكلات التنمية والمبثوثة عن طريق الوسائل الإعلامية الجماهيرية التى تؤثر فى قنوات التنشئة الاجتماعية الإغرائية والقهرية للثقافات المحلية. هذه الوسائل الإعلامية الأجنبية التى تعكس قيم الغرب وأبقت عليها تساهم فى مساعدة المحليين ليكونوا أكثر عصرية. ورغم ظهور الإعلام المحلى، فإن التبعية مستمرة للإعلام الأجنبي وبعض قنوات التنشئة الأجنبية التى تساند وتؤيد أفعال الدول الأجنبية.

خلاصة القول، تتجاهل نظرية التحديث الإمكانيات المبدعة لحملة الثقافة المحلية. ويكون الاتصال بين الغرب وحاملى الثقافة المحلية – فى إطار الحداثة - خطياً ويضع بلاد العالم الثالث فى وضع المتلقين السلبيين. هؤلاء الأخيرون يعتبرون ضحايا غزو النموذج الغربى الذى يديم العلاقات بين المسيطرين والمسيطر عليهم.

ثالثاً -الإمبريالية الثقافية Imperialisme Culturel:

تُسَجل الإمبريالية الثقافية فى إطار الاستعمار والتحديث ولكنها تلجأ إلى وسائل أخرى، لأنها لم تعد تعنى فقط بالاقتصاد. للإمبريالية الثقافية أهداف ورؤى ثقافية، حيث لا يحتاج الاستعمار الجديد إلى أراضٍ أو أقاليم ولكنه يعنى

بغزو العقول ويؤكد تفوق ثقافة المركز. تبعاً لهذا، تؤكد الإمبريالية الثقافية الاستعمار التقليدى وتتواصل معه، ولكن بطرق أخرى.

يُقدم عدد كبير من المثقفين الغربيين الإمبريالية الثقافية كجزء من الاقتصاد العالمى (هربرت شيلر Herbert Schiller، جوهان جالتنج Johan Galtung). فى هذه الحالة، تُعَامَل المنتجات الاتصالية معاملة المنتجات المادية. بينما وصف كتاب آخرون الإمبريالية الثقافية بصورة مستقلة عن البنى السياسية والاقتصادية مع تأكيد التفاعل بين هذه المستويات.

فى كتابه عن الاتصال والسيطرة الثقافية Communication and Cultural Domination، أوضح شيلر العلاقة بين قيم المجتمعات الحديثة وعملية تنمية بلاد العالم الثالث. تبعا له، الإمبريالية الثقافية هى مجموع العمليات التى يدخل المجتمع بواسطتها إلى نظام العالم الحديث وكيفية تعرض نخبه المسيطرة للجذب والضغط والقهر بل وللرشوة فى سبيل تشكيل المؤسسات الاجتماعية لتتوافق بل ولتروج قيم وبنى المركز المسيطر.

بينما أشار باحثون آخرون إلى انبثاق مسألة التبعية الثقافية من دراسات التدفق الدولى لبرامج التليفزيون. فى هذا السياق، اهتم العديد من العلماء بمسألة تدفق الأخبار، ومن بينهم العالم الاجتماعى جوهان جالتنج Johan Galtung الذى حدد الأشكال المختلفة والجديدة للإمبريالية. يشير جالتنج فى مقاله عن نظرية الإمبريالية البنيوية A Structural Theory of Imperialism إلى أن تطور الإمبريالية يعتمد على تكنولوجيات الاتصالات. بتعبير آخر، فإن الإمبريالية الثقافية - طبقا له - هى فى جزء كبير منها مُنتج فرعى لإمبريالية الاتصالات.

يؤكد جالتنج أن تطور الإمبريالية يتم بواسطة الوسائل الاتصالية التى أوجدت تآلفاً بين اقتصاديات البلاد المتطورة واقتصاديات البلاد التابعة. هذه الوسائل تسهل السيطرة التى تمارسها البلاد الصناعية على العالم الثالث. وبهذا،

فإن جالتنج يضع الاتصالات كجزء لا يتجزأ من نموذج التبعية ويقترح أن النظم الإعلامية تسهم فى السيطرة التى تمارسها بلدان المركز على الأطراف. فى هذا السياق، يحدد جالتنج خمسة تصنيفات: الإمبريالية العسكرية والاقتصادية والسياسية والثقافية والاتصالية. ويولى الكاتب أهمية كبيرة للإمبريالية الاتصالية التى تدعم الإمبريالية الثقافية.

بالنسبة له، تتسم البنية الدولية للاتصالات باتصالات فى الاتجاه الرأسى (من الغرب إزاء الدول النامية). فى هذه الحالة، يؤكد جالتنج على عدم المساواة والتماثل وعلى التنافر بين دول المركز والأطراف. ويُرجع عالم الاجتماع هذا الوضع إلى القدرات الاقتصادية والتكنولوجية للبلاد المتطورة القادرة على إعادة إنتاج وتطوير أجهزة حديثة أخرى للاتصالات من جهة، ومن جهة أخرى، إلى بنية وكالات المعلومات الغربية التى يسيطر عليها صفوة عالم الأعمال الغربى، حيث يوجه هؤلاء الأخيرون الأحداث وفق مصالحهم الخاصة. تبعاً لهذا، فإن الأخبار الآتية من الغرب تحتل أهمية أكبر من تلك الخاصة ببلاد العالم الثالث. فضلاً عن هذا، فإن أحداث الغرب وأحداث العالم الثالث تراها بلدان العالم النامى عبر تفسيرات الغرب.

لذلك - يؤكد جالتنج- أن الإمبريالية الثقافية تعتمد على الإمبريالية الاتصالية. حيث يفرض الغرب نفسه كموجه ومرشد للبلاد النامية نحو التطور والتحديث. هذا الاحتكار الغربى للاتصالات الدولية لا يؤدى - حسب مقولته - إلا إلى غزو للعقول بما يستنفد الموارد العقلية للبلاد النامية لإشباع شهية الغرب.

طبقاً لما تقدم وبالنسبة لهؤلاء الكتاب، تدعم الإمبريالية الثقافية العلاقات بين المسيطرين والمسيطر عليهم وتضع الثقافات المتلقية فى وضع سلبى وتابع. هؤلاء الكتاب لديهم كذلك إدراك سلبى للاتصال حيث تسعى بمقتضاه صفوة بلدان العالم الثالث إلى ترويج قيم وبُنى المجتمعات الحديثة. يشير جالتنج إلى أن

التبعية تؤثر فى بلاد الأطراف بواقع أن الأفراد يقرأون ويشاهدون ويستمعون إلى كل ما له صلة ببلاد المركز. وهم يعلمون كثيراً عن المركز الذى يمدهم بالبيانات ويقبلون النماذج والنظريات الناتجة عنه.

بعض الكتاب يستخدم مصطلح الغزو الثقافى لتأكيد نفس المفهوم. بالنسبة لهم، الغزو الثقافى يتضمن "علو الغاصب وتدنى المغتصب وفى نفس الوقت، فرض القيم من جانب الأول الذى يسيطر على الثانى ويخشى أن يفتقده". طبقاً لهذا المدخل، تنتشر الأذواق الاجتماعية والثقافية للبلاد الأجنبية على نطاق واسع وتُعرف وتُقلد وتُصبح معياراً للسلوك الإنسانى فى البلاد الضحية. ويؤكد كتاب آخرون أن عملية الغزو الثقافى تتحقق من خلال استيراد نماذج ثقافية مختلفة عن مجتمع ما.

يشير جيرمى تانستال Jeremy Tunstall فى إدراكه للعلاقة الثقافية المحلية والإعلام الأجنبى، إلى أن الإمبريالية الثقافية مُمثلة فى التواجد المكثف للمنتجات الإعلامية، يمكن أن تكون مصدر تهديد للثقافة المحلية. يؤكد تانستال أن الإمبريالية الثقافية التى تساندها قوى ثقافية غربية وخاصة أمريكية، تستهدف تدمير الثقافات المحلية للبلاد المتلقية للمنتجات الاتصالية الأجنبية. تبعاً لهذا، تتحول الإمبريالية إلى نوع من الغزو الثقافى يصعب على البلدان المغتصبة مقاومته. يعلل تانستال هذه السلبية بهشاشة الإنتاج المحلى للثقافة المتلقية التى لا تستطيع الصمود أمام منافسة منتجات البلاد المتطورة وقوتها الاقتصادية. ويستطرد فى ملاحظاته مشيراً إلى أن الإمبريالية الثقافية قد تساهم فى سحق التقاليد الأصلية والثقافات المحلية نتيجة الإغراق غير المميز لكمية كبيرة من المنتجات التجارية والاتصالية المبتذلة.

يرى بعض الكتاب العرب أن الإمبريالية الثقافية أو "الغزو الثقافى" -كما يفضلون تسميته- هى مفاهيم مرتبطة بالاستعمار أو بالغزو الاستعمارى. هؤلاء الباحثون المقتنعون بوجود "غزو ثقافى" يعتقدون أن التبعية الثقافية بالداخل

أكثر خطورة من هذا الغزو الخارجى. هذه التبعية تمس القيم الأساسية للثقافة الوطنية وتؤدى إلى بزوغ مشكلات وأزمات هوية وأصالة ثقافية. يتفق إذن المثقفون العرب مع نظرائهم الغربيين المعبر عنهم آنفاً، بتأكيد التأثير الذى تمارسه المنتجات الاتصالية على حملة الثقافة المحلية.

يربط بعض المفكرين العرب بين مسألة الغزو الثقافى والتحديث. تبعاً لهم، يمثل الغزو الثقافى التفاعل غير المتساو المفروض من جانب شعب متطور يمتلك كل وسائل التقدم للتأثير بطريقة مخططة فى شعب لا يمتلك هذه الوسائل، بحجة تنميتهم.

هذه التبعية تتحقق بانتشار الثقافات والقيم والبُنى الخاصة بالبلاد المسيطرة. بالنسبة له، الغزو الثقافى كمرحلة جديدة للإمبريالية يعتبر البعد الرابع بعد الاقتصادى والسياسى والعسكرى. وهو يستهدف خدمة الدولة الإمبريالية من خلال الاستغلال والسيطرة عن طريق الثقافة ونشر المفاهيم الفكرية. بالنسبة للكاتب، هذا الأمر يُعد خطيرًا للغاية لأن غزو العقول أشد خطورة من غزو الأرض.

هؤلاء المفكرون يربطون بين الثقافة والهوية. يُضيف بعض المفكرين أن الهوية الثقافية تضع فى الاعتبار الاختلاف الثقافى وتظهر كعملية تصنيف بين الأنا والآخر. فقضية الهوية هى امتداد لظاهرة المبالغة فى الاختلاف الذى ظهر فى السبعينيات ونتج عن التحولات الأيديولوجية المختلفة بل والمتعارضة التى أدت إلى ظهور اتجاهين: تعدد الثقافات من جانب أو على العكس كل ثقافة منغلقة على نفسها من جانب آخر.

رغم كل المقولات السابقة، هناك كتاب آخرون يرفضون الحديث عن الإمبريالية الثقافية. بالنسبة لهم، إذا كان من السهل تواجد الإمبريالية العسكرية والاقتصادية والاستعمارية، فإن الأمر يصعب بالنسبة للإمبريالية الثقافية لأن الثقافة هى إيقاع الحياة اليومية الذى يغذى الخيال ويحدد الانتماء إلى مجتمع ما

(ريزيه Rezé). فالثقافة حق لكل الإنسانية والفرد هو الذى يحول عملية الاستقبال إلى نوع من الإمبريالية أو الغزو الثقافى بتلقيه السلبى (نجيب محفوظ).

إذن، فكرة الإمبريالية الثقافية تؤيد أن الإعلام الغربى يخلق حاجة اصطناعية لدى البلاد النامية والتى – مع الوقت- تدمر القيم الثقافية الأصيلة لهذه البلاد.

فى مواجهة الإمبريالية الثقافية، حاول المجتمع الدولى فى نهاية السبعينيات - فى مسار تعديل رئيسى لرسالة الأمم المتحدة واليونسكو- تأسيس نظام عالمى جديد للمعلومات والاتصالات، من أجل ضمان حرية المعلومات وحرية تداولها. ومع هذا، فإن عدم التوازن الواضح فى مجال الاتصالات يعزز فكرة أن التداول الحر ليس سوى تيار ذى اتجاه واحد. هذا المبدأ الحيوى الذى يساعد على انتشار المنتجات الاتصالية للدول الأكبر قوة، كان محل انتقاد العديد من البلاد النامية، بينما كان يؤيده العديد من الباحثين والصحفيين فى البلاد الغربية. ما هو مستنكر هو حقيقة أن الدول القوية والمتقدمة تقنيا تستخدم وضعها وتستغل تقدمها وقوتها لممارسة سيطرة ثقافية وأيديولوجية تمس الهوية القومية للدول الأكثر ضعفاً.

باستعراض المراحل السابقة، وعند تحليل العملية الاتصالية فى مرحلة الإمبريالية الثقافية أو الغزو الثقافى، يمكن القول بأن هذين الموضوعين يعززان فكرة "المستقبل الضحية". فى هذا السياق، هناك أهمية لدور الإعلام المحلى وقنوات التنشئة المحلية، ولكن الإعلام الأجنبى له قوة أكبر من تلك المنوطة بهذه القنوات المحلية.

رابعاً -العولمة Globalisation:

(أ) مفهوم العولمة :

إن مصطلح العولمة الذى ينتج عنه مجموعة من التغيرات السياسية

والاقتصادية والاجتماعية والثقافية هو مصطلح معقد. تبعاً لكثير من الكتاب فهو ليس سهل التعريف. البعض منهم يرى أن هذه الفكرة تحمل معنى الأمركة، ولدى آخرين تحمل العولمة معنى نمو السوق العالمى إلى درجة افتراض تجانس الحاجات والمنتجات. وعلى العكس، فإن بعض الكتاب يقدمون العولمة على أنها عملية تفاعل وتهجين على كافة المستويات. كما أن هناك مفكرين أخرين يقدمون تعريفا محايداً للعولمة مع إحلاله بمصطلح "العالمية". بالنسبة لهم، هذا المفهوم يشير إلى وجود علاقات بين مختلف مناطق العالم وإلى التأثير المتبادل الذى تمارسه المجتمعات على بعضها البعض.

يعتبر روبرتسون Robertson من جانبه أن العولمة هى تشكيل العالم ككل World as a whole. وهى تحدد اتجاهاً عالميا لتوحيد القيم العالمية فى مجموعة متكاملة. بالنسبة لماتلار Mattelart هذا الاتجاه للتجانس ارتبط بمجال الجغرافيا، الاقتصادية ثم عُمم وانتشر بعد ذلك تحت حكم الفلسفة البراجماتية. بالنسبة له، العولمة تعنى اتساع نطاق الإنتاج ليمتد إلى كل السوق العالمية. يفترض إذن التفكير بطريقة "عالمية" الاعتقاد فى تجانس احتياجات المستهلكين تحت ضغط التكنولوجيا الجديدة ووسائل الإعلام.

وعلى هذا يمكننا القول بأنه طبقاً للرؤية السابقة، تتضمن العولمة بزوغ نظام ثقافى واقتصادى عالمى عاكساً على العالم بأجمعه نفس الأطر الثقافية ونفس النموذج العالمى للاقتصاد.

فى هذا السياق، ينسج بعض الكتاب روابط وثيقة بين هذه الظاهرة الثقافية والاقتصادية العالمية والولايات المتحدة الأمريكية. تبعا لهم، أمريكا هى مركز العولمة وفى نفس الوقت هى باعثتها، حيث طرحت الظاهرة فى شكل نموذج وفى ذات الوقت كمروج أساسى للثقافة الجماهيرية. وبذلك تصير الثقافة الأمريكية الثقافة الثانية لكل إنسان على وجه الأرض، مما دفع بعض المفكرين إلى القول بأن القرن الحادى والعشرين يشهد فترة السيادة الأمريكية من خلال التحكم فى المعلومات.

فـى هـذا الـصدد، يذكـر شيلر بـأن خطـة مارشـال (١٩٤٨ ـ ١٩٥١) التـى كانـت مـوجهة لإعـادة إعمـار أوروبـا بعـد الحـرب ـ جعلـت المـساندة الماليـة لواشـنطن مرتبطة بفتح أسواق البلاد المستفيدة أمام الصادرات الثقافية الأمريكية وبصفة خاصـة أمام الأفلام الأمريكية. وعلـى هذا، تنسج فكرة الأمركة رابطة وثيقة بين القنوات المالية والأعمال الفكرية، وهذا يتفق مع الهيمنة السياسية والاقتصادية الأمريكية الجديدة لفترة ما بعد الحرب.

مقابل هؤلاء الكتاب، يعتبر آخرون العولمة كعملية تهجينية بنيوية نتيجة ظهور أشكال جديدة مختلفة للتعاون، ومن ثم تهجين ثقافى نتيجة ظهور خليط ثقافى عابر للحدود المحلية. وبهذا، تتيح العولمة الفرصة لمقارنة البدائل المتاحة فى كل العالم، ومن ثم فإنها تتيح لكل ثقافة أن تكون مفهومة بشكل أفضل فى ضوء الثقافات الأخرى.

يمكننـا ممـا سـبق أن نـستنتج أن العـولمة مـتعددة القطاعـات، حـيث بلغـت مستويات عدة: الاقتصادى وبصفة خاصة المستوى المالى بالاتجاه نحو اقتصاد الـسوق، والاجتماعـى بالظهـور القـوى للمجتمع المدنـى والحـركات الاجتماعـية وتـشكيل مواطـنة عالمـية، والـسياسى بظهـور ديمقـراطية بـلا حـدود و"سياسـات عالمية" تـنعكس علـى مستوى العلاقات بين الحكومات، والثقافى والتكنولوجى، الأكثـر عالمـية فـى اتجـاه تجديـد العلاقـات الاقتـصادية والاجتماعـية والـسياسية والثقافية. تتـضمن جميع هـذه المـستويات عنـصرًا مشتركًا متعلقًا بالاتـصالات. وهذا العنصر يتيح ذيوع وانتشار المعلومات من أى مستوى. تتضمن العولمة أيضاً تفاعلاً توتريًا بين اتجاهين متعارضين: الأول يتعلق بالتجانس من خلال الالتزام بالقيم الرأسمالية، والثانـى ينتمـى إلـى مفهوم التباين، وذلـك بغلبـة القيم القومية، حيث يخفى البعد الأخير اتجاهاً لإعادة تعريف الهوية القومية. وفى هذا السياق، تطرح العولمة مشكلة الهوية.

(ب) الآثار التبعية للعولمة :

للعولمة آثار متنوعة. يقدر بعض الكتاب أن توحيد القيم العالمية وعولمة

الأخلاق والاقتصاد، ليس سوى وجه آخر للإمبريالية الثقافية، حيث تهدد العقول باستعمار جديد.

يساند بعض الكتاب أمثال شيلر وجالتنج فكرة عدم قدرة الثقافات المحلية على مقاومة الإعلام الأجنبى والقيم الأجنبية. كما يرون أن انتشار المضامين الأجنبية فى الثقافات المحلية يعكس اتجاهًا تجاريًا للثقافة ويضر بالقيم الأصلية الحقيقية. هذا - فى رأيهم- يمكن أن يؤدى إلى انسلاخ ثقافى وإضعاف للهوية القومية.

من ناحية أخرى، هناك كتاب آخرون لا يشاطرونهم هذا التشاؤم، ويرون أن ردود الأفعال الناتجة عن العلاقات المتباينة بين الثقافات المحلية والمضامين الأجنبية تشكل عائقاً أمام ظهور سوق كونية ونظام ثقافى عالمى. بالنسبة لهم، تشير التجارب إلى أن مقاومة التجانس أمر راسخ الجذور وأن الاتجاهات للاحتفاظ بالقوى الثقافية المتباينة، التى تقوم على أساس خصوصية التاريخ، لا تزال حاسمة.

بالنسبة لهم، هناك أناس مستعدون للنضال من أجل ثقافاتهم وهوياتهم المحلية ومقاومة عولمة الصور.

من هذا المنظور ولهذه الأسباب الخاصة بادراك الشعوب ضرورة التمسك بتاريخها وبثقافاتها، أشار Ravault إلى أن العولمة تلعب بشكل متزايد جداً دوراً استفزازيا أكثر منه إغرائياً. بالنسبة له: هناك اتجاه للعودة إلى الثقافات الخاصة والتقاليد والأرض والقيم الفردية. يشارك كثيرون آخرون من الكتاب الموقف السابق. بالنسبة لهم، يشهد العالم الآن ردود أفعال عنيفة كنتيجة لواقع أن العولمة فى تصفيتها للثقافات تؤدى إلى ظهور القبلية والانغلاق نحو الذات والعرقية دون التعايش والحوار.

وعلى هذا، يعتقد هؤلاء الكتاب أن التجانس ليس على جدول الأعمال فى عالم تمزقه التشققات الاجتماعية والاقتصادية والانقسامات المنادية بالقومية.

يرى هؤلاء الكتاب أن "الجهاد" هو الذى تحول إلى رمز للدولة الكونية. ويستخدم بعض الكتاب الغربيين هذا اللفظ للإشارة إلى الصراع الذى تقوده الشعوب المحلية ضد المضامين والتواجد الخارجى والاستعمار الثقافى الأمريكى من أجل الدفاع عن ثقافاتهم وهويتهم.

إذن، فى مرحلة العولمة، هناك هيمنة للوسائل الإعلامية أو لتكنولوجيات المعلومات. من ناحية أخرى، بعض أعضاء قنوات التنشئة الإغرائية والقهرية المتمسكين بثقافاتهم وعقائدهم يشجبون عولمة الإعلام ويقاتلون ضدها، بما يمكن أن يثير حركات مقاومة مصحوبة بمساندة الإعلام المحلى الذى يبدأ فى أن تكون له أهمية كبيرة رغم وجود الإعلام الأجنبى (اعتداءات ١١ سبتمبر دليل على ذلك على سبيل المثال).

وعلى العكس من أولئك الذين يؤكدون تدهور الهويات القومية، فإن كتاباً آخرين يقدمون آراء متفاوتة حول وجهة النظر هذه. يرى هؤلاء الكتاب أنه إذا كانت العلاقة الكائنة بين الثقافة المحلية والإعلام الأجنبى يمكن أن تدار بطريقة دفاعية مؤكدة الهوية والأصالة الثقافية، فيمكنها كذلك أن تأخذ شكل تفاعل وتفاوض وتهجين، مع الاحتفاظ بالتعددية والتنوع الثقافى والاحترام المتبادل فى ظل مناخ من النقد الذاتى.



ملخص الوحدة العاشرة

- هل ينبغى اعتبار الانتشار والتواجد المكثف للمضامين الاتصالية الأجنبية فى عدة بلاد متقدمة أو نامية خطراً على الثقافات المحلية؟

- وفى الواقع، تختلف الإجابة عن هذا التساؤل باختلاف الرؤى الحضارية المختلفة. فقد شهدت مرحلة الإمبريالية العسكرية والاستعمار احتكاكاً بين الثقافات الأجنبية والثقافات المحلية أثرت سلبياً على الأخيرة، بحيث أحدث التواجد الأجنبى المباشر تعديلات فى قنوات التنشئة المحلية للسكان المحليين، خاصة مع تدعيم الوجود الأجنبى بالقوة العسكرية. وفى مرحلة التحديث، وُضعت ثقافة الدول النامية "التقليدية" فى وضع معارض لثقافة المجتمعات الحديثة. وبدأت محاولات ربط تحديث وتطوير المجتمعات النامية بعمليات "الغربنة" أى تبنى سياسات وأسلوب وقيم الغرب. وهى سياسات تنتمى إلى مجتمع حديث ذى فلسفات تختلف تماماً عن سياسات وقيم المجتمع التقليدى. ويضع التحديث حاملى الثقافة المحلية فى وضع المتلقين السلبيين. هؤلاء الأخيرون يعتبرون ضحايا غزو النموذج الغربى الذى يديم علاقات التبعية والخضوع بين المسيطرين والمسيطر عليهم. وفى سياق الإمبريالية الثقافية، ظهرت العديد من النظريات وأهمها نظرية الإمبريالية البنيوية لجوهان جالتنج، والتى أوضحت أن البنية الدولية للاتصالات تتسم باتصالات فى الاتجاه الرأسى، ولا تعكس إلا أخبار ومصالح الغرب. وتؤيد فكرة الإمبريالية الثقافية أن الإعلام الغربى يخلق حاجة اصطناعية لدى البلاد النامية والتى – مع الوقت – تدمَر القيم الثقافية الأصيلة لهذه البلاد. وفى المرحلة الأخيرة الراهنة "العولمة"، تتضح هيمنة الوسائل الإعلامية والتكنولوجيا الجديدة للمعلومات. من ناحية أخرى، يظهر بعض أعضاء الثقافات المحلية المتمسكين بثقافاتهم وعقائدهم فى وجه العولمة، مما يثير حركات مقاومة مصحوبة بمساندة الإعلام المحلى الذى يبدأ فى أن تكون له أهمية كبيرة رغم وجود الإعلام الأجنبى.

أسئلة على الوحدة العاشرة

أولاً- ضع علامة (√) أمام الإجابة الصحيحة وعلامة (×) أمام الإجابة الخطأ فيما يلى:-

١- يرتبط مصطلح الإمبريالية بالخضوع والسيطرة. ( )

٢- لا يؤثر الاستعمار على البنى الثقافية والإجتماعية للثقافات المحلية. ( )

٣- يوجد فى فترة الإمبريالية العسكرية استقلال عندما تتوافق القنوات المحلية مع الأجنبية. ( )

٤- يضع التحديث ثقافة البلاد النامية فى وضع متجانس مع قيم المجتمعات الغربية. ( )

٥- تتسم المجتمعات التقليدية بالتصنيع وبروز العقود الاجتماعية. ( )

٦- يلجأ المجتمع الحديث إلى العقل والمناهج العلمية الحديثة فى تفسير الظواهر المختلفة. ( )

٧- يغذى التحديث بجوانبه الفلسفية التوتر بين ثقافة المجتمعات التقليدية وبنية المجتمعات الحديثة. ( )

٨- تعتمد الإمبريالية الثقافية – بالنسبة لجالتنج – على الإمبريالية الاتصالية. ( )

٩- تخلق فكرة الإمبريالية الثقافية حاجة أساسية لدى شعوب الدول النامية. ( )

١٠- يمكن فى عصر العولمة، أن يحدث تفاعل مع الثقافات الأجنبية مع الاحتفاظ بالتعددية والتنوع الثقافى والاحترام المتبادل. ( )

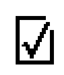
ثانياً- أكتب ما تعرفه عن:

١- طبيعة العلاقة بين الثقافة المحلية والإعلام الأجنبى فى مرحلة التحديث.

٢- الإمبريالية البنيوية لجوهان جالتنج.

٣- الآثار التبعية للعولمة.

٤- استراتيجيات المجتمع الحديث.



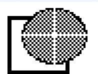
الإجابة عن أسئلة الوحدة العاشرة

أولاً: ١- (√)   ٢- (×)   ٣- (×)   ٤- (×)

٥- (×)   ٦- (√)   ٧- (√)   ٨- (√)

٩- (×)   ١٠- (√)

ثانياً: متروك للدارس.



الوحدة الحادية عشرة

عالمية الإعلام الدولى وخصوصية المجتمعات المحلية "رؤية اتصالية"

الأهداف السلوكية:

بعد دراسة هذه الوحدة ، يجب أن يكون الدارس قادرًا على أن :

١. يتعرف المقصود بنظريات التحكم الاجتماعى لوسائل الإعلام.

٢. يوضح المقصود بمفهوم الاستقبال النشط او المقاومة الثقافية.

٣. يذكر أساس عملية التهجين الثقافى.

٤. يبين الفروق بين الاستقبال النـشـط فى درجته الأولى وفى درجته الثانية.

العنـاصـر:

- نظريات التحكم الاجتماعى لوسائل الإعلام.
- دراسات تبعية الثقافة المحلية لوسائل الإعلام الأجنبية.
- نظرية الاستقبال النشط.
- عملية الاستقبال على المستوى الذاتى.
- عملية الإستقبال على مستوى الاتصال بين الثقافات.
- من هو المستقبل النشط؟
- دراسات مقاومة الثقافة المحلية لوسائل الإعلام الأجنبية.
- نظرية التلاقح الثقافى.

- دراسات تفاعل الثقافة المحلية مع وسائل الإعلام الأجنبية.
- ملخص الوحدة الحادية عشرة.
- أسئلة على الوحدة الحادية عشرة .
- الإجابة عن أسئلة الوحدة الحادية عشرة .

المفاهيم الرئيسية:

التحكم الاجتماعى- التبعية الإعلامية والثقافية- المستقبل النشط، الاستقبال النشط فى درجته الأولى - المستقبل النشط فى درجته الثانية - التلاقح الثقافى.

مقدمـــة :

خلال فترة السبعينيات والثمانينيات، شغلت مسألة الغزو الثقافى والاختراق الإعلامي الثقافى من المركز للأطراف والتدفق الحر للمعلومات وآثاره على هويات المجتمعات النامية اهتمام الباحثين في العالم. أما المناقشات التى احتدمت داخل اليونسكو، والتى أدت إلى ميلاد نظام عالمى جديد للإعلام والاتصال وما ترتب عليه من إعداد تقرير ماكبرايد MacBride (1980) ، فقد انتقدت تدفق المعلومات أحادى الاتجاه والسيطرة الثقافية للقوى الكبرى، ولا سيما الولايات المتحدة الأمريكية، على دول العالم الثالث.

ومنذ بداية الثمانينيات، تغير الخطاب الدولى من الغزو الثقافى إلى العولمة، وتناولت عديد من الدراسات علاقة الإعلام الأجنبى بالثقافات المحلية، فمنها ما نفى وجود تأثير بين المتغيريْن ، ومنها ما أكد وجود هذه العلاقة.

وتتوقف علاقة التأثير والتأثر على قدرة الجمهور وإمكانياته فى استقبال الرسائل الإعلامية المختلفة. فى هذا السياق، تشير كتابات عواطف عبد الرحمن (١٩٩٤) إلى أنه على الرغم من أن إثبات كثير من الدراسات التى أجريت في

مجال الإعلام أن الجمهور ليس كتلة متجانسة بل يضم مجموعة واسعة من الأفراد تتباين مصالحها، أيديولوجياتها، وانتماءاتها الثقافية إلا أن الخريطة الإعلامية والاتصالية الراهنة - وعلى الأخص في دول الجنوب - تعكس المواقع الهامشية التى يشغلها جمهور المتلقين، فهم مستهلكون وليسوا بمشاركين. وإذا كان دور الجمهور سلبيا على المستوى المحلى، فإن بعض الدراسات الأخرى توضح أيضاً سلبية الجمهور على المستوى الدولى، بينما تشير بعض دراسات أخرى إلى قدرة الجمهور على مقاومة تأثير المضامين الدولية الأجنبية أو إلى قدرته على التفاعل معها. وفيما يلى عرض لهذه الدراسات والنظريات.

أولاً - نظريات التحكم الاجتماعى لوسائل الإعلام

Contrôle Sociale des Médias

ساهم الإعلام – فى مرحلة الإمبريالية والتحديث- فى الترويج للأساليب الفنية والقيم الحديثة المستوردة والضرورية لعملية التنمية. وقد نظر إلى الاتصال على أنه أداة لا غنى عنها لدفع الشعوب فى المجتمعات النامية نحو الحداثة. وقد أنكرت نظريات التبعية الآثار السلبية لهذا التغير الاجتماعى والاقتصادى على مواطنى البلاد النامية.

فى هذا السياق، نُسب لوسائل الإعلام سلطة قوية ولكنها سلبية، حيث تؤدى إلى توسيع اقتصاد السوق وخلق مجتمع استهلاكى للمنتجات الغربية، بما يؤثر على إقامة مجتمع يعتمد على الإنتاج المحلى. ترتكز هذه الوسائل على احتياجات غير مشبعة فى الدول النامية، محاولة خلق نمط حياة أجنبى عن البلاد النامية، مما يؤدى – تبعا للعديد من الكتاب- إلى تنمية تخلف هذه البلاد.

من جهة أخرى، تقضى نظريات التنمية والإمبريالية، وتلك الخاصة بالتحكم الاجتماعى لوسائل الإعلام، بوجود سيطرة لوسائل الإعلام على الثقافة المحلية، حيث يفقد مواطنوها قدرتهم على التفاوض. فى هذا السياق، تعتبر الوسائل

الإعلامية هيئات للتنشئة الاجتماعية حيث تقوم بتوفير الأطر المعرفية وإدراك الواقع الاجتماعى. وبالتالى، فإن الثقافة الإعلامية تشكل عالماً رمزياً هاماً يساهم فـى توجيه القيم والاتجاهات الاجتماعية. ويرجع تاريخ نظريات التحكم الاجتماعى لوسائل الإعلام إلى فترة ما بين الحربين، حيث استخدمت من جانب وكلاء الدعاية فى المعسكرين الذين اعتبروا المستمعين هدفاً ثابتاً يستطيع القائم بالاتصال إلى أن يؤثر فيه لحظة وصوله إليه. وقد أشارت الدراسات الأولى للاتصال أن المستمعين يعتبرون سلبيين نسبياً حيث يفتقدون قدرتهم على الدفاع أمام وسائل الاتصال. وقد نسب شرام Schramm مفهوم "الضحايا" إلى ما سماه نظرية الرصاصة أو نظرية الحقن تحت الجلد التى تضع المستقبل فى موقف سلبى أمام قوة وسائل الإعلام القادرة على التلاعب بعقولهم. هذه الرؤية مستلهمة من النظرية السلوكية. وتبعا لهذا التيار الفكرى، فإن وسائل الإعلام تمثل المحرك الذى يثير السلوكيات لدى المستقبلين. وهذه العملية السلوكية (منبه – استجابة) تضفى على وسائل الإعلام سلطة قوية لتغير عادات المستقبل واتجاهاته وسلوكياته. وقد أدى ظهور وسائل إعلامية جديدة إلى انطلاق عديد من البحوث للتعرف على آثارها. وكان السؤال الرئيسى الذى اتسمت به هذه البحوث هو: "ماذا تفعل الوسائل الإعلامية فى الفرد؟". استندت هذه الدراسات إلى رؤية تابعة لعملية الاتصال التى تقترح أن المرسل هو العنصر الإيجابى فى مواجهة المستقبل السلبى.

خلاصة القول، تكشف نماذج التبعية الثقافية أو التحكم الاجتماعى للوسائل الإعلامية - التى تُفند مقولات نظريات التنمية والتحديث- وجود علاقات سيطرة وتبعية بين العالم الثالث والغرب (الدول الصناعية) على كل المستويات: السياسية والاقتصادية والاجتماعية والاتصالية. هذا النموذج الاتصالى الخطى يغفل قدرات الثقافات المستقبلة على استغلال العلاقة بين الثقافة المحلية والإعلام الأجنبى لصالحهم.

علـى المستوى الأكاديمى، تعددت الدراسات التى تناولت تأثير الإعلام الأجنبى على هوية وثقافة المجتمعات المحلية، ومن بينها :

١- دراسة بين – هاو – تشين Pin - Hao - Chen عن الهوية القومية والإعلام في تايوان، والتى تهدف إلى تقييم دور وسائل الإعلام التايوانية في مسألة الهوية القومية بعد استقلال تايوان عن الصين. ومن خلال التحليل المقارن للتعرف على الصفات التى تميز أربع مجموعات متنوعة، أوضحت الدراسة أن هناك اختلافاً بين هذه المجموعات بشأن تأثير وسائل الإعلام على إيمانهم بثقافتهم وبهويتهم وبقوميتهم. فعلى سبيل المثال، وجدت الدراسة أن الذين يؤمنون بالقومية الصينية يزداد احتمال مشاهدتهم للأخبار المعروضة يومياً على شاشة التليفزيون أكثر من المحافظين. أما التايوانيون الذين يؤمنون بالقومية التايوانية والبراجماتيون فهم أكثر استخداماً للوسائل المطبوعة من المحافظين. وقد انتهت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام التايوانية قد أحدثت تأثيراً معتدلاً عام ١٩٩٥ على اتجاهات المواطنين التايوانيين إزاء الهوية القومية.

٢- دراسة فؤادة البكرى بعنوان الإعلام العربى والهوية الثقافية. وهى دراسة نظرية تحليلية استهدفت الإجابة عن مجموعة من التساؤلات الخاصة بتأثير عولمة الإعلام والهيمنة الإعلامية أو الثقافية الغربية على الهوية، وحدود الدور الذى يلعبه الإعلام العربى الرسمى لمواجهة التحديات التى تفرضها طبيعة المرحلة. وخلصت الدراسة إلى ضعف فرص الإنتاج البرامجى في العالم العربى لأسباب سياسية ومالية، كما أشارت الدراسة إلى أن تأصيل الهوية وإبعاد شبح التشويه والتغريب يحتاج إلى التوجه نحو الذات وإلى تقوية عوامل الثقافة لدى الشباب من أخلاق وقيم ومثل ودين وبث ذلك في وسائل الإعلام

المختلفة. ويحتاج الأمر أيضا إلى الاتجاه نحو العرب؛ بمعنى البعد عن الانفراد بالنظرة الأحادية أو العنصرية وتحقيق المتطلبات المشتركة وتوسيع أرضية التفاهم والتلاقى في محاولة لتقريب الآراء المختلفة في عصر التكتلات والتجمعات.

٣- دراسة سهام نصار عن موقف الصحافة المصرية من قضية العولمة والهوية الثقافية. وهى دراسة تحليلية تهدف إلى رصد اتجاهات الصحف المصرية إزاء قضية العولمة والهوية الثقافية للتعرف على موقفها من هذه القضية وتقييم مدى وعيها بالتأثيرات الثقافية للعولمة وبكيفية التعامل معها. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن اهتمام صحف الدراسة بالبعد الثقافى للعولمة فاق اهتمامها بالأبعاد الأخرى، وترتب على ذلك تفوق الاهتمام بقضية العولمة والهوية على غيرها من القضايا، وذلك بسبب الارتباط بين الهوية والثقافة. فقد نظر كثيرون إلى العولمة الثقافية على أنها السلاح الذى تستخدمه الولايات المتحدة من أجل تحقيق العولمة الاقتصادية والسياسية، كما أثبتت الدراسة ميل أغلب الكتاب (٧٤,٣٪) إلى القول بأن العولمة تمثل تهديداً خطيراً للهوية، في حين نفى ذلك (٢٥,٢٪

٤- دراسة ليرين بنجامين زنج Liren Benjamin Zeng عن أثر العولمة على الوسائل الإعلامية في الصين والقيم الثقافية والأيديولوجية السياسية. وتستعرض هذه الدراسة أثر العولمة ونقل تكنولوجيا وسائل الإعلام والتدفق على الإعلام الصينى من خلال التحليل المقارن للعروض المتمثلة في الإعلانات المنشورة في المجلات في كل من الصين والولايات المتحدة خلال العقدين الماضيين. وتم استخدام كل من تحليل المضمون الكمى والكيفى لوصف الحالة الراهنة لتصميم الإعلان في كل دولة والمقارنة بين

الاختلافات في القيم الثقافية والاستمالات المتضمنة في إعلانات كلا البلدين وإلقاء الضوء على طبيعة الأيديولوجية الاجتماعية التى تُنتج في ظلها هذه الإعلانات. وتشير التحليلات التى تم إنجازها في فترات زمنية مختلفة إلى تأثير الهيمنة الاقتصادية والثقافية لدول المركز على التغيرات التى تلحق بتصميم وسائل الإعلام ، وكذلك على القيم الثقافية والأيديولوجية السياسية في دول الأطراف، فقد تبين من خلال الدراسة أن تصميم الإعلان الصينى مقارب لتصميم الإعلان في الولايات المتحدة، وهو ما يعطى دليلاً على إمكانية وجود نوع من التبعية خاصة مع وجود تغيرات في بعض النواحى الثقافية والأيديولوجية.

٥- **دراسة طه عبد العاطى مصطفى نجم** عن البث التليفزيونى المباشر والهوية الثقافية العربية. وهى دراسة استطلاعية ميدانية انطلقت من تساؤل رئيسى يتعلق بمدى قدرة البث التليفزيونى المباشر على التأثير في الهوية الثقافية العربية. وقد خلصت الدراسة إلى أن الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال والمعلومات تشكل عاملاً أساسياً في نشر العولمة التى تساعد البث التليفزيونى المباشر القادم من الخارج، وبصفة خاصة من المسلسلات والأفلام الجذابة على اختراق الثقافات القومية ومن بينها الثقافة العربية. وخلصت الدراسة إلى أهمية حماية الهوية الثقافية العربية من خطر التدفق الأجنبى.

٦- **دراسة لوسيان سفز Lucien Sfez وهربرت شيلر Herbert Schiller**، عن إيديولوجية الاتصالات الحديثة وتوظيفها لتحقيق أهداف واشنطن. وهى دراسة نظرية تحليلية عن علاقة الغزو الثقافى بالهيمنة الاقتصادية، أوضح الباحثان أن خطة مارشال الخاصة بإعادة إعمار أوروبا بعد الحرب قد رهنت مساعدة واشنطن الاقتصادية

بتقبل الدول لفتح أسواقها للمضامين الإعلامية الأمريكية ولا سيما الأفلام. وخلصت الدراسة إلى أن الأمركة تنسج صلة رفيعة بين المصادر المادية والسيطرة الفكرية، إلى درجة أن أمريكا تهيمن بالفكر وتسعى لإحلال قيمها في المجتمعات المحلية والتأثير في هوياتها لتحقيق السيطرة الاقتصادية الربحية.

٧- **كتاب سمير أمين Samir Amin** عن تحديات العولمة. وقد أوضح فيه الارتباط الشديد الذى يمكن أن يوجد بين الاستغلال الاقتصادى الذى تمارسه العولمة والهوية القومية والثقافية للمجتمعات النامية. وأشار الباحث إلى أن المنتجات الاقتصادية والسلع الأجنبية تؤدى إلى تنمية التخلف Developpement du sous developpement لأنها تهدف إلى الربح وتنمى النزعات الاستهلاكية التى تضر بمواطنى الدول النامية وبالإنتاج المحلى القومى في هذه المجتمعات مما يؤثر على هويتها القومية. وهذه الدراسة تنسج صلة رفيعة بين العوامل الاقتصادية ودورها في إعادة تشكيل الهوية القومية.

٨- **دراسات مارتن ثور Martin Thor** ، **أرمان ماتلار Armand Mattelart**، **وإيف أود Yves Eudes**، وهى دراسات تحليلية نظرية تتناول في مجملها العولمة وعملية غزو العقول. وقد أوضح الباحثون أن العولمة وما يتبعها من انتشار أوسع للشركات متعددة الجنسيات ولوسائل الاتصال الأجنبية - وبصفة خاصة الأمريكية - لها تأثير كبير على هوية المجتمعات المحلية. ويرى الباحثون أن هذه المضامين تحمل قيماً مغايرة هدفها غزو عقول مستهلكيها لتحقيق مزيد من المكاسب الاقتصادية. وخلص الباحثون إلى أن العولمة ما هى إلا نتيجة حتمية وعالمية لمرحلة التحديث وانتشار الوسائل الغربية- وبصفة خاصة الأمريكية - وأنها استمرار لغزو ثقافى غربى

أو أمريكى يضر بالثقافات المحلية ويؤثر على هوية المجتمعات فى المستقبل. وخَلُص ماتلار Mattelart في دراسته عن "انتقام الثقافات" إلى انتصار الاقتصاد الرأسمالى الذى هيمن على السوق العالمى وخلق تجانسًا في احتياجات ورغبات المستهلكين تحت ضغط التكنولوجيا الحديثة والوسائل الإعلامية وتنميط المنتجات Standardisation des Produits . وبالتالى، وكما استنتج ثور Thor، فإن العولمة تؤدى إلى بزوغ نظام ثقافى واقتصادى عالمى يطبق على العالم بأكمله مرجعيات ثقافية ونماذج اقتصادية موحدة. ويختتم الباحثون دراساتهم بالتأكيد على أن وسائل الإعلام في هذا السياق تهدف إلى فرض نموذج ثقافى مستورد على الدول النامية بحيث يهدد الهوية القومية لتلك الدول واستقلالها الثقافى.

٩- دراسات إنشراح الشال ومحمد سيد محمد وراسم الجمال وكرم شلبى عن أهداف الاختراق الإعلامى الأجنبى للوطن العربى. وقد أوضحت نتائج الدراسات أن تواجد وسائل الإعلام الأجنبية بصورة مكثفة في المجتمعات النامية يعد "غزواً ثقافياً" يستهدف السيطرة الثقافية والاستغلال الاقتصادى والتدمير وتفكيك التماسك الاجتماعى للمجتمعات الإسلامية وإحلال قيم الغرب المتأمرك محل القيم الأصيلة للمجتمعات العربية الإسلامية. وقد تزايد هجوم الباحثين بصفة خاصة في الثمانينيات بعد إطلاق أول قمر صناعى عربى عام ١٩٨٥، حيث لوحظ تباين المستويات المعرفية والاقتصادية والثقافية والتكنولوجية والتربوية والدينية بين مختلف طبقات الشعب المصرى، مما دفع هؤلاء الباحثين وآخرين إلى تأكيد تبعية المجتمع المصرى للمواد الإعلامية الأمريكية. وتبعاً لهم، فإن هذا الموقف يمثل خطراً شديداً لأن التبعية تهدد الهوية القومية والثقافية للمجتمع.

١٠- **دراسة رولاند روبرتسون Roland Robertson** والتى أكد فيها أن الهوية لا بد وأن تعانى من التوجهات السياسية للعولمة التى تهدف إلى تشكيل العالم وقولبته وفقا لنمط قيمى موحد World as a whole يسود العالم ويسيطر عليه.

١١- **دراسة ديف أتكنسون Dave Atkinson** عن التليفزيون والتسلية والثقافات القومية. وهى دراسة تحليلية تناولت الآثار الناجمة عن تعرض مواطنى أوروبا وكندا لعملية اختراق البرامج التليفزيونية الأجنبية - ولا سيما الأمريكية - لبلادهم. وتساءل الباحث عما إذا كان اختراق البرامج التليفزيونية الأجنبية في عديد من بلدان العالم يعنى أن هناك أخطاراً ثقافية على المجتمعات المحلية أم لا. وقد أكدت الدراسة أن هذا التعرض يؤثر تدريجياً على الثقافات والهويات القومية من خلال تعرض مواطنيها لثقافات وقيم أجنبية ووجهات نظر دول أخرى. وقد دفع ذلك بكندا إلى حماية خصوصيتها الثقافية وهويتها القومية باتخاذ إجراءات مشددة لتجنب التواجد المكثف للبرامج الأجنبية فى القنوات التليفزيونية الخاصة والعامة مقابل تواجد برامج كندية تدعم هويتها وتثبتها.

١٢- **دراسة مارك ستارواويت Mark Starowicz** عن التليفزيون الكندى في عصر الأقمار الصناعية. وهى دراسة تحليلية أوضح الباحث فيها سيطرة المواد الإعلامية الأمريكية على التليفزيون الكندى أكثر من المواد الكندية، حتى أن (٢٨٪) من المواد المعروضة أصلها كندى والباقى من الدول الأجنبية، ولا سيما الولايات المتحدة الأمريكية. وأكد الباحث أن مثل هذه المواد المنتشرة عبر الأقمار الصناعية تؤثر على السيادة القومية لكندا. إلا أن الباحث يعزو هذا التواجد المكثف إلى المواد الأمريكية، ليس فقط للإمكانيات التقنية

والاقتصادية للولايات المتحدة الأمريكية بل أيضًا لأسباب محلية يتمثل أهمها في نظرة الحكومات الكندية للتليفزيون مجرداً عن كونه أداة سياسية وقومية وثقافية واعتباره وسيلة للتسلية والربح فقط. ويضيف الباحث أن غياب المنتج الوطنى قد ساهم في تعزيز الوجود الإعلامى الأمريكى، ويخلص إلى ضرورة الاستفادة من التجربة الكندية من أجل تطوير وتعريف معاصر للثقافة الوطنية أو للسيادة القومية في عصر الإلكترونيات. وتسهم هذه الدراسة فى التأكيد على أن الهوية قد تتأثر بعوامل داخلية محلية، كما تتأثر بعوامل خارجية دولية.

١٣- دراسة هربرت شيلر Herbert Schiller وعنوانها هل يجب أن نقول وداعاً للسيادة الثقافية؟ وهى دراسة نظرية تحليلية عن تأثير الهيمنة الأمريكية الإعلامية على دول العالم. وقد أوضح في دراسته أن الدول على مستوى العالم تعانى من هيمنة اللغة الإنجليزية التى أصبحت لغة العالم ، وتعانى أيضا من التأثير العالمى للصناعات الثقافية الأمريكية على هوياتها وسيادتها الثقافية. ومن بين هذه الدول أشار شيلر إلى فرنسا والسويد أو دول أمريكا اللاتينية وآسيا وأفريقيا، مشيراً إلى اكتساح الأفلام الأمريكية السوق اليابانى رغم اكتساح المنتجات الصناعية اليابانية السوق الأمريكى. وخلصت الدراسة إلى أن التواجد المكثف للمضامين الأمريكية يهدد السيادة الوطنية والثقافية لتلك الدول، لدرجة أن الأمين العام للإذاعة السويدية طالب بضرورة تقوية اللغة والثقافة وتدعيم مقومات الهوية السويدية لمواجهة السيل المنهمر من البرامج الأمريكية في الإذاعات السويدية، وإلا ذابت قيم وهوية الدول مع قيم الغرب الأمريكى.

١٤- دراسة إيفان برنيه Ivan Bernier وهى دراسة تحليلية عن الثقافات القومية في ظل عالمية اقتصاد السوق. وقد تساءل الباحث عن أثر تطور تكنولوجيا الاتصال على الثقافات والهويات القومية وتناول بالدراسة التدفق الدولى للبرامج التليفزيونية وأثره على إعادة تشكيل القيم والثقافات القومية. وقد توصل الباحث إلى أنه من الصعوبة. من منظور القيم، وضع تعريف محدد لمضمون الثقافات القومية وكذلك لردود أفعال المشاهدين. وفى المقابل، وجد الباحث أنه في ظل الضغوط التى يمارسها النظام الاقتصادى الدولى والمروج لمنطق السوق في البرامج التليفزيونية، فإن عديداً من الدول تسعى جاهدة لمقاومة هذا الاتجاه، والذى يمثل بالنسبة لهم تهديداً لهويتهم القومية؛ فالهوية في هذه الدراسة تتأثر بترويج نمط اقتصادى معين لا بنمط قيمى.

ومع هذا، فهناك الكثير من المفكرين والمثقفين يعتقدون بأن حملة الثقافة المحلية قادرون على تقديم قراءة نقدية لمضامين المنتجات الأجنبية.

ثانياً - نظرية الاستقبال النشط :

تولى نظرية الاستقبال النشط أو "المقاومة الثقافية" اهتماماً كبيراً بسياق الاستقبال وبالمستقبلين وبقدراتهم. وقد أثبتت دراسات المقاومة الثقافية أنه بمواجهة وسيلة قوية، هناك أيضاً مستقبل قوى، مراوغ، ذكى ومبدع تسانده بيئته النفسية التى تمده أحياناً بقوة المقاومة. إلا أن رافو Ravault يشير إلى أن هذا التأكيد لا يفترض أن يكون المستقبل مستقلاً وحراً ومسئولاً وعقلانياً. تبعا له، فى إطار نظرية الاستقبال النشط بالدرجة الأولى، يكون المستقبل متأثراً بثقافته ولا يفكر إلا من خلالها. إذن، فى إطار هذه النظرية وفى درجتها الأولى، إذا كان حملة الثقافة المحلية نشيطون فى استقبالهم للثقافات الأجنبية، فإنهم يكونون سلبيين تجاه ثقافتهم.

ومن خلال استعراض الأدبيات المتعلقة بهذا الموضوع، نستطيع استخلاص نمطين من الملاحظات هما :

- بعض الكتاب يعطون أهمية للبيئة الاجتماعية للمستقبل فى العملية الاتصالية، وكذلك للجماعات التى ينتمى إليها الفرد أو الجماعات المرجعية. هؤلاء الباحثون يركزون على السياق الذى تتم فيه العملية الاتصالية وعلى القدرات الاجتماعية والمعرفية للمستقبل. الاهتمام هنا يكون منصباً على عملية الاستقبال على المستوى الذاتى Intrapersonnel.
- هناك كتاب آخرون يهتمون بعملية الاستقبال على المستوى الذاتى ولكن فى سياق دولى أو بين الثقافات Intercultural. هؤلاء الكتاب يرون أن المستقبل يتمتع بقدرة فائقة على تفسير وتقديم معنى لما يشاهده أو يسمعه أو يقرؤه. وهى قوة يمكن أن تحول التأثيرات المرجوة من المرسل أو من أجهزة الإعلام (التأثير المرتد = Effet Boomerang).

(أ) عملية الاستقبال على المستوى الذاتى :

يعود الفضل فى دراسات الوسائل – إلى مدرسة كولومبيا التى اهتمت بسياق الاستقبال والمستقبلين. وعبر الدراسات التى تستهدف تحديد مختلف العوامل التى تؤثر على عملية تصويت الناخبين "اختيارات الناس" وتأثير الحملات الإعلامية على سلوك الناخبين "التصويت ـ دراسة تكوين الرأى فى حملة رئاسية"، استطاع عديد من الباحثين إثبات أهمية المجموعة التى ينتمى إليها الفرد وتأثير القنوات الشخصية المباشرة بين الأفراد على عمليات الاستقبال. وقد أثبتت الدراسة الأولى أن التصويت مرتبط بتجارب الجماعة وخبراتها وأن الحملة الانتمائية التى تقودها وسائل الإعلام تقوى وتدعم مواقف واتجاهات هذه الجماعات.

أما الدراسة الثانية، فقد أوضحت أهمية وتأثير الآراء الشخصية المسبقة فى عملية تلقى الرسائل التى يتعرض لها الفرد، فلم ينصت الناخبون إلا إلى الرسائل الاتصالية التى تتفق مع قناعتهم وأفكارهم.

واستلهاماً من الدراسات عن الحملات الانتخابية طور كل من كاتر ولازارسفلد نظرية "التدفق الاتصالى على مرحلتين". وعبر هذه الدراسة، ظهرت أهمية قادة الرأى مع الاعتراف بوجود قوة لدى الأفراد يمكن أن تقاوم تأثير وسائل الإعلام.

تجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسات الاجتماعية الكمية التى قام بها لازارسفلد Lazarsfeld وزملاؤه لا تنكر الآثار المترتبة على وسائل الإعلام ولكنها تؤكد على أهمية الجماعة التى ينتمى إليها الفرد وقادة الرأى فى تكوين الآراء الفردية. وعلى هذا، يكتسب الفرد المعايير والقيم على مستوى الجماعة وقادة الرأى (مستوى الاتصال بين الأشخاص فى عملية الاستقبال) بينما على المستوى الذاتى للاستقبال، تساعد المعايير والقيم الفرد على تفسير المضامين الاتصالية الأجنبية.

أكد كتاب آخرون أهمية المستقبل فى العملية الاتصالية. ومن المهم أن نعرض مساهمة لى ثاير Lee Thayer الذى يركز على المستقبل ويرفض المفهوم التقليدى للعملية الاتصالية. أثبت ثاير أن الاتصال من جهة لا غنى عنه للوجود الإنسانى، ومن جهة أخرى فإن إدراك الاتصال يكون داخل عملية تحديد ذاتى وداخلى. وعلى هذا، فالمستقبل هو منشئ الرسالة وهذا هو السبب فى أن الرسالة – وفقاً لثاير- لا توجد إلا فى عقل مستقبلها. الاتصال فى هذه الحالة لا يقع إلا عندما يأخذ المستقبل فى الاعتبار إشارات ورسائل المرسل ويفسرها ويعطى لها معنى. إذن، الأحداث ليس لها معنى فى ذاتها والمعنى هو إبداع نابع من المستقبل. يرى ثاير أن المرسل يتصل بمستقبل نشط لديه قدرة تفسير تعتمد فى المقام الأول على إدراكه للمواقف اليومية، وعلى جماعاته المرجعية واحتياجاته ورغباته واهتماماته وثقافاته.

إذن هناك مجال لرؤية مدى إسهام ثاير لتطور نظرية الاستقبال النشط أو المقاومة الثقافية فى الدرجة الأولى التى تولى اهتماماً كبيراً لقدرة الثقافات المحلية على إعادة النظر فى الرسائل الخارجية معتمدة على مكوناتها الثقافية والفكرية والدينية والأيديولوجية. فى نفس ترتيب الأفكار، يؤيد وايت White أن الاتصال نتيجة تفاعل بين المرسل والمستقبل فى سياق معين. المستقبل بالنسبة لوايت، فاعل ومن ثم شخص نشط فى عملية الاتصال لأنه يمكنه انتقاء الإشارات التى تصله وتفسيرها وإعطاؤها معنى. وتوالت الدراسات التى تساءلت عما يفعله الفرد بوسائل الإعلام وليس عما تفعله وسائل الإعلام فى الفرد. ومن أبرز هذه التيارات نموذج الاستخدامات والإشباعات. كما أكد تيار بحثى أخر أن المواطن العادى لديه من التكتيكات تجاه مراكز القوى والسيطرة فى المجتمع، ما يؤكد أن الجمهور نشط وليس سلبيًا فى تفاعله مع مؤسسات الدولة. فهناك دائماً صراع بين القوى والضعيف وقدرة على الفعل والتحرك قد تظهر عند الطرف الأضعف.

خلاصة القول، هناك مجموعة من العوامل التى تساهم فى تنشئة الفرد، والتى تلعب دوراً محدداً فى العملية الاتصالية. يؤكد أحد الباحثين أن القنوات التقليدية للاتصال تساعد الفرد على مقاومة الرسائل الأجنبية من خلال إعادة تكوين معنى لما تم التعرض له. هذه العوامل التى تلعب دورًا فى التنشئة الاجتماعية قدمت – على أيدى باحثين- كأحد نواتج عمليات القهر والإغراء الاجتماعى. وتُعرف قنوات التنشئة الإغرائية القهرية كالتالى: "إجمالى العلاقات الاجتماعية التى تحوى المعايير والقيم المختلفة والتى تشكل الإطار الإدراكى والجمالى والروحى، الذى تدور فيه الحياة اليومية وتُكتسب هذه المعايير من خلال عمليات التنشئة التى تجمع بين القهر والإغراء".

مما سبق يتضح أن لهذه القنوات دوراً فى تفسير المعنى المتضمن فى وسائل الاتصال، وفى نفس الوقت فإنها تساعد المستقبل على مقاومة المنتجات

الأجنبية أو فك ترميز المضامين الخارجية بطريقة تتيح للمستقبل تحقيق أقصى استفادة ممكنة. يتعامل مستخدم الوسيلة مع الوسيلة –فى هذا السياق- من خلال مجموعة من القيم والمعتقدات والمعارف، والتى اكتسبها من خلال البيئة الخاصة به ومتأثراً بأطره المرجعية وبثقافته. فهذه القنوات الثقافية والدينية والسياسية والاجتماعية هى التى تسمح له بمواجهة الثقافات الخارجية.

إذن ، فى إطار الاستقبال النشط على المستوى الذاتى، يكون لوسائل الاتصال تأثير ضعيف فى ادارة السلوكيات وتوجيهها، حيث تمر تلك العملية بعدة مرشحات ثقافية واجتماعية وسياسية.

(ب) عملية الاستقبال على مستوى الاتصال بين الثقافات :

أثبتت بعض الدراسات الأمريكية عن تأثير دعاية الحلفاء أن الاتصال والتفاعل بين الجنود الألمان والجماعات التى ينتمون إليها قد سمح بمقاومة دعاية الحلفاء واستخدامها لصالحهم، حيث تم وصف الدعاية بأنها "دعاية العدو" وتم الرد عليها باستغلال مضامينها المختلفة. المستقبل هنا ليس فقط نشطاً تبعا لنظرية الاستقبال النشط وإنما يستطيع أيضاً استخدام مضمون الوسائل الاتصالية للعدو لابتكار مضامين أخرى. يصف الباحثون ذلك الفعل بنظرية التأثير المرتد Boomerang Effect وهى قدرة المستقبل –حتى وإن تجرد من وسائل الاتصال- على استخدام مضامين المنتجات الأجنبية لصالحه.

بعض الأمثلة توضح ذلك مثل الاختراق الاقتصادى الألمانى للولايات المتحدة الأمريكية وقدرتهم على تحويل هزيمتهم العسكرية إلى نجاح اقتصادى. فى استراتيجية مشابهة، حاول اليابانيون فهم العقلية الأمريكية واللغة الإنجليزية حتى أمكنهم إثبات وجودهم فى المجتمع الدولى. كما أن أحداث الحادى عشر من سبتمبر ليست سوى دليل آخر على استخدام معطيات الدولة الأجنبية لمقاومتها، حيث أثبت أحد الباحثين أن مرتكبى عملية الهجوم لم يتعرضوا فقط للمضامين الاتصالية الأجنبية ولكنهم تعايشوا فى المجتمع وأقاموا لمدة طويلة فيه.

بالنسبة لدول العالم الثالث، تتجسد نظرية الاستقبال النشط والتأثير المرتد فى العودة للمصادر، للأصل. والثورة الإيرانية خير دليل على ذلك حيث تجسد الجامع كرمز للطهارة ومنبر للمقاومة والمطالبة بتأكيد وتعزيز الهوية الثقافية. مثال آخر من السنغال يوضح كيف تعاملت الحركات الإسلامية النشطة مع الطبقات القيادية فى المجتمع المتأثر بالغرب، حيث لجأت الحركات إلى ترجمة القرآن باللغة الرسمية للبلاد فى محاولة منها لتأكيد ثقافتها وهويتها. وفى الحقبة الحالية، تتجسد مظاهر الاستقبال النشط فى فلسطين والمقاومة الفلسطينية وفى العراق وفى لبنان، وفى العديد من الدول التى آثرت العودة للأصول، وللماضى كأحد مصادر مقاومة الهيمنة الأمريكية والغربية. فى هذا السياق، يبدو أن وسائل الإعلام الحديثة التى تعكس قيم المجتمع الاستهلاكى، قد أحدثت صحوة للأفكار والمعتقدات الروحية والدينية.

ولكن من هو المستقبل النشط؟ نجيب عن هذا التساؤل من خلال العلماء والباحثين فى مجال الاتصال، حيث يتفق معظمهم على أن المستقبل النشط هو ذلك الفرد القادر على الانتقاء، والاختيار والتفسير وتكوين معنى متأثراً بثقافته. فهو مستقبل "منتقى" طبقا لنموذج الاستخدامات والإشباعات، "ويفسر وينتج معنى" طبقاً لنموذج ثاير التفسيرى، هو المستقبل القادر على اختيار المعلومات التى تهمه، هو المستقبل النشط القادر على مناقشة البرامج المذاعة بصورة نشطة، هو من يقرر البرنامج والقناة التى تناسبه. جميع التعريفات السابقة تتعلق بمستوى التعرض والانتقاء. آخرون يعرفون المستقبل على أنه الفرد الذكى الذى يستطيع الحكم على الرسالة، أو هو من يستخدم معتقداته وأفكاره وقيمه وثقافته فى استقبال الرسالة وفك رموزها وتفسيرها. هؤلاء الكتاب يرون أن المستقبل غير منفصل عن البيئة النفسية والثقافية والاجتماعية الخاصة به والتى تؤثر على استنتاجاته وإدراكه للآخر.

يشير بعض المثقفين الآخرين إلى أن المستقبل النشط هو ذلك الفرد الذى

يستخدم تقاليده وقنوات ثقافته التقليدية لمواجهة الثقافات الغربية. من ناحية أخرى، قدم باحث آخر تعريفاً مختلفاً للمستقبل النشط. بالنسبة له، المستقبل النشط هو من يفعل (يقوم بفعل ما) وليس من يقوم بفك ترميز الرسائل؛ أى هو المستقبل الذى تحثه الرسائل الأجنبية على الفعل. إذن، المستقبل النشط ـتبعا لذلك الباحث- هو من يخرج عن الموقف الاتصالى لكن يتخذ فعلاً ما فى حياته المهنية أو اليومية. يؤكد الكاتب أنه يجب الابتعاد عن أقوال المستقبل ورؤية أفعاله. فالمستقبل يكون نشطا حتى وإن لم يتفوه بكلمة واحدة. وكمثال للأفعال التى يقصدها الكاتب: حركات مناهضة الاستعمار والثورة الإيرانية والانتفاضة والمقاومة العراقية والمظاهرات والتفجيرات والإرهاب.

فى اتجاه آخر يتعلق بنظرية المستقبل النشط، يتواجد المستقبل النشط فى الدرجة الثانية وهنا يقوم الجمهور بعملية نقد ذاتى لثقافتهم الخاصة وديانتهم عند استقبالهم للمضامين الأجنبية. فالمستقبل النشط - تبعا لهذه النظرية- هو ذلك الفرد الذى يستطيع اتخاذ مسافة بينه وبين ثقافته عند التفاعل مع الآخر.

وقد تعددت الدراسات التى **تناولت مقاومة الثقافة المحلية والهوية لتأثيرات وسائل الإعلام الأجنبية :**

١- دراسة ثريا البدوى Souraya El Badaoui وعنوانها: دراسة كيفية استخدام المثقف المصرى للمنتجات الاتصالية الأمريكية. وهى دراسة كيفية أثبتت خلالها الباحثة أن المثقفين الذين ينتمون بصفة خاصة إلى تيارات معارضة في المجتمع المصرى أكثر تمسكاً بهويتهم في مواجهة المنتجات الأمريكية. فالمثقف الإسلامى يتمسك بمعتقداته المرجعية المطلقة الدينية والمثقف الماركسى أو الناصرى لديه أيديولوجية قوية تمكنه من التصدى للقيم والمضامين المبثوثة عبر المنتجات الأمريكية.

٢- دراسة رينيه جان رافو René -Jean Ravault وعنوانها: هل

يتواجد بن لادن بين المشاهدين ؟ لقد أوضح الباحث أن أحداث ١١ سبتمبر تعكس تمسك الشعوب بهويتها وقيمها في مواجهة عولمة وسائل الاتصال الأمريكية. ويشير رافو إلى أن الفاعلين الأساسيين في أحداث ١١ سبتمبر هم من أقاموا لفترة طويلة في المجتمع الأمريكى وتعرضوا لمضامينه وقيمه بصورة مباشرة سواء من وسائل الإعلام أو من خلال دراستهم في المؤسسات التعليمية الأمريكية. ويؤكد رافو Ravault أنه على العكس مما يتوقع البعض، فإن العولمة ووسائل الإعلام الأمريكية والحياة والهجرة والدراسة فى الولايات المتحدة الأمريكية مكنت الإرهابيين الأصوليين Terroriste fondamentaliste من استغلال كافة المعلومات المتاحة لتوجيه ضربة مرتدة Effet boomerang للمجتمع الأمريكى في سبيل تأكيد رفضهم لقيم المجتمع وتأكيد اعتزازهم بهويتهم.

٣- **دراسة كريستيان أوجان Christian Ogan** عن الإعلام وهوية الأتراك المهاجرين في أمستردام. وتنطلق الدراسة من وجود علاقة وطيدة بين استخدام وسائل الإعلام وبين الهوية. وقد أكد الباحث أن مجتمع الأتراك في أمستردام يعانى من حالة تهميش سياسى واقتصادى واجتماعى وإعلامى مما يؤثر على تماسكهم ويضعف من هويتهم كأقليات تعيش في مجتمع المهجر. وقد لجأ الأتراك نتيجة لهذا التهميش إلى نوعية من المؤسسات الإعلامية التركية ذات الطبيعة الخاصة فى المجتمع الهولندى، والتى تتميز بممارسات تختلف عن غيرها من المؤسسات الإعلامية الأخرى التى لا تتوجه لهذه المجتمعات في سبيل تدعيم هويتهم التى تهمشها المؤسسات الموجودة في المهجر.

٤- **دراسة ديوان فاران Daune Varan** عن تأثير نظم وسائل الإعلام على الاتصال عبر الثقافات وعلى قيم المجتمعات. وهى دراسة تجريبية

على ثلاث مجموعات من الأطفال في أيسلاند. المجموعة الأولى لا تمتلك أجهزة تليفزيون، والثانية تتعرض لبرامج أمريكية فقط ، والثالثة تتعرض لبرامج أمريكية وأيسلندية. وقد كشفت هذه الدراسة عن صعوبة إحلال القيم الأمريكية محل القيم المحلية، وعن تمسك المجموعات بمعتقداتهم وهويتهم القومية.

٥- دراسة عبد الله ناصر آل حمود **Abdallah Nasser Alhumood** وهى دراسة كيفية عن الاستهلاك الجماعى للبرامج التليفزيونية الأجنبية في المملكة العربية السعودية. وقد أوضحت الدراسة أن البرامج الأجنبية وبصفة خاصة الأمريكية لا تؤثر على المستقبلين السعوديين وأن المبحوثين لديهم القدرة على مقاومة الإشعاع الثقافى الأمريكى استنادا إلى مجموعة القيم والمعتقدات الدينية والعادات والتقاليد والثقافة الخاصة بهم، أى إلى مكونات هويتهم الإسلامية.

٦- دراسة سيلفيو ويسبورد **Silvio Waisbord** بعنوان: عندما تكون عربة وسائل الإعلام قبل حصان الهوية. وهى دراسة تحليلية استهدفت التعرف على حدود الدور الذى تمارسه تكنولوجيا الاتصال في تشكيل الهويات الثقافية باعتبار التكنولوجيا من أكثر الوسائل التى تمارس تأثيراً على الهويات العرقية في أمريكا اللاتينية. وقد توصلت الدراسة إلى عدم وجود ارتباط إيجابى بين تكنولوجيا الاتصال العالمية وتشكيل الهوية المحلية القومية، وبالتالى فوسائل الإعلام العالمية لن تؤدى بالضرورة إلى مجتمع متعولم تسوده ثقافة واحدة ولكن إلى هويات متعددة تتخطى الحدود القومية وتؤكد وجودها وأصالتها.

٧- دراسة رينيه جان رافو **René-Jean Ravault** وعنوانها: الدفاع عن الهويات الثقافية بالقنوات التقليدية. وهى دراسة حالة المجتمع الإيرانى عقب احتلال المتظاهرين مبنى السفارة الأمريكية في طهران واندلاع

الثورة الإيرانية عام ١٩٧٩.وقد أكد الباحث في دراسته أن هذه الثورة لا تعكس إلا رفض المواطنين الإيرانيين لمحاولات الغربنة Westernization التى فرضها عليهم الخمينى في هذه الفترة. وأشار الباحث إلى أن المقاومة الإيرانية اعتمدت في الأساس على تأكيد الهوية الثقافية القومية من خلال مفهوم العودة للأصول كرد فعل للإمبريالية الغربية. فقد شعر المواطنون بأنها عملية اعتداء ثقافى وتشويه للهوية الثقافية القومية وتمثلت تلك العودة في القنوات التقليدية للتنشئة الاجتماعية كالمساجد التى أصبحت رمزاً للطهارة والمطالبة بتأكيد الهوية الثقافية.

٨- **دراسة دينا الخواجة Dina El Khawaga** عن "العولمة المعاصرة" La mondialisation au quotidien ، وهى دراسة تحليلية أثبتت فيها الباحثة أن الحركات الإرهابية التى بدأت في المجتمع المصرى عام ١٩٩٢ ما هى إلا نتيجة للتواجد المكثف للمضامين الأمريكية في المجتمع المصرى. وقد أرجعت الباحثة تفسير ذلك مستدلة بالمسلسل الأمريكى The bold and the beautiful الذى أثار غضب الجماعة الإسلامية لعرضه قيما تتناقض مع القيم الإسلامية مما دفعها إلى محاولة اغتيال الرموز الإعلامية في مصر، والمسئولين عن عرض مثل هذا المسلسل الذى يؤثر على الهوية الثقافية والقومية لمصر والمصريين.

٩- **دراسة مارجورى فيرجسون Marjorie Ferguson** عن الاتصال والهوية في كندا والولايات المتحدة الأمريكية. وهى دراسة حالة المجتمعات التى قامت على مفهوم الحداثة، حيث توصلت الدراسة إلى أن لوسائل الإعلام قدرة محدودة في التأثير على الهوية وأن المجتمع الكندى على سبيل المثال استطاع الحفاظ على خصوصيته الثقافية في ظل هيمنة المنتجات والمضامين الإعلامية الأمريكية .

١٠- دراسة إليهو كاتز وتامار ليبز Elihu Katz & Tamar Liebes

عن ردود أفعال المشاهدين تجاه البرامج التليفزيونية المستوردة. وهى دراسة كيفية استهدفت التعرف على مدى مساهمة البرامج التليفزيونية الأمريكية في إحداث نوع من التجانس الثقافى في العالم. وقد قام الباحثان بعرض المسلسل الأمريكى "دالاس" على مبحوثين إسرائيليين أنهوا دراساتهم الثانوية وينتمون إلى ست حضارات مختلفة. وقد أثبت الباحثان أن الهوية الحضارية لا تذوب مع التعرض لهذه المسلسلات المستوردة نتيجة تداخل مجموعة القيم الاجتماعية والثقافية والأيديولوجية والسياق الثقافى الخاص بكل حضارة في عملية الإدراك بطريقة تناقض المعنى المقصود من منتجى هذا المسلسل.

ثالثاً- نظرية التلاقح الثقافى :

نظرية التلاقح أو التفاوض أو التفاعل الثقافى تعرض موقفاً وسطاً. تنطلق هذه النظرية من أن الثقافة المحلية التى تكتسب عناصرها من قنوات التنشئة الإغرائية والقهرية قادرة على التفاوض مع ثقافة الآخر الأجنبى. تتداخل هذه النظرية- إلى حد ما - مع نظرية الاستقبال النشط فى الدرجة الثانية، حيث يتجسد نشاط المستقبل مرتين: تجاه الثقافة الأجنبية من جهة وتجاه ثقافته الخاصة من جهة أخرى. فى هذا السياق، يناقش المستقبل ثقافته الخاصة وثقافة الآخر وتتشكل فى النهاية ثقافة مهجنة تنفتح على الثقافات الأخرى.

تبعا لوجهة النظر هذه، ترتبط التنمية المستدامة بقدرة إنسان القرن الحادى والعشرين على اتخاذ مسافات إزاء ثقافته وإزاء ثقافة الآخر. إذن، التفاعل الثقافى يتم عند وجود نقاش وتفاوض حيث تُقبل بعض المضامين ويُرفض البعض الآخر وتُبتكر مضامين أخرى من خلال المواجهة بين المحلية والعالمية. تتوقف عملية القبول والرفض على عدة عوامل مثل الثقافة، المعايير وبعض المهارات الفردية كالخيال والتفكير.

وقد تناولت العديد من الدراسات قدرة الهوية على التفاعل مع الإعلام الأجنبى، من بينها:

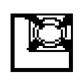
١- **دراسة إدوارد تاد باليو Edward Tad-Ballew** عن تمثيل التحديث في تليفزيون شنغهاى وعلاقته بالهوية الثقافية. وقد استخدم الباحث المقابلات والملاحظة بالمشاركة والبحوث الوثائقية لإلقاء الضوء على عمل منتجى البرامج التليفزيونية في تليفزيون شنغهاى، في خضم المناقشات التى تدور حول الهوية الثقافية الصينية بشكل عام، والتغيرات التى طرأت على الكيان الصينى استجابة لمتطلبات العصر. وتعتبر هذه الدراسة بمثابة دراسة حالة تتناول تجربة محلية بشأن الأبعاد الثقافية للعولمة، كما استعرضت الدراسة كيف وظف القائمون على إنتاج البرامج تلك الروافد الثقافية باستخدام التليفزيون كوسيلة ظهرت منذ فترة طويلة نسبياً وحتى الآن لتحديث الصين لمواكبة متطلبات العصر. وأوضحت النتائج أنه بالرغم من كون التحديث كخيار داخلى بديلاً مطروحًا وفعالاً إلا أن له حدوداً ومعوقات ليس من السهل تجاوزها، ويصبح الخيار الفعال الآخر هو الاندماج في الثقافة العالمية بشكل يحافظ على هوية المجتمع الصينى الثقافية، ويناسب ظروف المجتمع ويخدم قطاعاته الداخلية في ظل العولمة.

٢- **دراسة جان ندرفين بيترس Jan Nederveen Pieterse** عن العولمة كعملية تهجين Hybridation. وقد أوضح الباحث أنه إذا كانت العلاقة بين الثقافة المحلية والإعلام الأجنبى قد وُجهت بطريقة دفاعية، وذلك بالتأكيد على الهوية والأصالة الثقافية إلا أنه يمكن لهذه العلاقة أن تتخذ أيضاً شكل التهجين Métissage أو التفاوض Négociation وذلك بحماية التنوع والتعدد الثقافى.

٣- **دراسة رينيه جان رافو René-Jean Ravault** عن الاستغلال

الاقتصادى لمضامين المنتجات الأمريكية. حيث تناول الباحث بالتحليل دراسة حالة المجتمعين الألمانى واليابانى اللذين استطاعا التفاعل والاستفادة من المعلومات التى تبثها المضامين الأمريكية من أجل فهم أكثر للسوق الأمريكى، مما مكنهما من تحويل عجزهما العسكرى إلى انتصار اقتصادى. وقد أكدت هذه الدراسة أن المجتمعين الألمانى واليابانى قد واجها الاختراق الإعلامى للمنتجات الأمريكية في بلادهما عقب هزيمة ١٩٤٥ بمزيد من التقدم على المستوى الاقتصادى مما أتاح لهما إثراء هويتهما القومية وتطوير قدراتهما المحلية في ضوء التفاعل مع المجتمع الأمريكى.

خلاصة القول، ترتبط المتغيرات الاقتصادية والسياسية بعمليات إعادة تشكيل الهوية القومية للمجتمعات المحلية. فكما تتأثر الهوية الثقافية بالتغيرات التى تطرأ في النظام القيمى والعقائدى واللغوى والتاريخى والثقافى، فإن السياق السياسى والتوجهات الاقتصادية التى توجد في مجتمع ما قد تلعب دوراً في تشكيل الهوية لا يقل أهمية عن دور المتغيرات الثقافية والدينية. كما يتضح أيضا أن الإعلام الأجنبى قد يلعب أكثر من دور فيما يتعلق بإعادة تشكيل هوية المجتمعات المحلية. فإما أنه يساهم في ضعف هذه الهوية من خلال فرض مضامينه وقيمه وتوجهاته وسياسته وثقافته على شعوب المجتمعات المحلية. وإما أن يدعم الهوية ويقويها من خلال عودة المجتمعات المحلية إلى قيمها وتراثها وتاريخها ومعتقداتها كنوع من أنواع مقاومة التأثيرات السلبية التى يمكن أن تحدثها المواد الإعلامية الأجنبية. والاستنتاج الثالث يتعلق بقدرة المجتمعات المحلية على الاستفادة من والتفاعل مع المضامين الأجنبية مما يثرى هوياتها.



ملخص الوحدة الحادية عشرة

- تتعرض هذه الوحدة للعلاقة بين الإعلام الأجنبى والثقافة المحلية من منظور اتصالى؛ أى من خلال النظريات الاتصالية التى تناولت العلاقة بين هذين المتغيرين. وتكشف نظريات التحكم الاجتماعى لوسائل الإعلام عن وجود علاقات سيطرة وتبعية بين العالم الثالث والغرب على كل المستويات: السياسية والاقتصادية والاجتماعية والاتصالية بحيث يغفل هذا النموذج الاتصالى الخطى قدرات الثقافات المستقبلية على استغلال العلاقة بين الثقافة المحلية والإعلام الأجنبى لصالحهم. فى المقابل، تولى نظرية الاستقبال النشط أو "المقاومة الثقافية" اهتماماً كبيراً بسياق الاستقبال والمستقبلين وبقدراتهم. وتشير دراسات المقاومة الثقافية إلى أنه بمواجهة وسيلة قوية، هناك أيضاً مستقبل قوى، مراوغ وذكى ومبدع، تسانده بيئته النفسية التى تمده أحياناً بقوة المقاومة وكذلك ثقافته الأصيلة، وهنا الحديث يكون عن المستقبل النشط فى درجته الأولى. أما الاستقبال النشط فى درجته الثانية، فهو مفهوم يرتبط بكيفية اتخاذ الفرد لمسافة بين ثقافته وثقافة الآخر أى ممارسة نوع من النقد الذاتى. وفى نظرية التلاقح الثقافى، يكون الفرد قادراً على التواصل مع ثقافة الآخر وصولاً إلى ثقافة مهجنة مبدعة تنتج عن عملية التفاعل والمواجهة بين المحلية والعالمية.

[?]

أسئلة على الوحدة الحادية عشرة

أولاً- ضع علامة (√) أمام الإجابة الصحيحة وعلامة (×) أمام الإجابة الخطأ فيما يلى:

١- تكشف نماذج ونظريات التحكم الاجتماعى للوسائل الإعلامية وجود علاقات استقلالية وحرية بين العالم الثالث والغربى. ( )

٢- تولى نظرية المقاومة الثقافية اهتماماً كبيراً بسياق الإستقبال وبالمستقبلين وبقدراتهم. ( )

٣- فى إطار نظرية الاستقبال النشط بالدرجة الأولى، يكون المستقبل متأثراً بثقافته ولا يفكر إلا من خلالها. ( )

٤- يقوم المستقبل النشط بعملية نقد ذاتى لثقافته الخاصة. ( )

٥- الثقافة المحلية قادرة على التفاوض مع الثقافة الأجنبية فى ظل نظرية التلاقح الثقافى. ( )

٦- ترتبط التنمية المستدامة بتمسك الفرد بثقافته. ( )

ثانياً- اكتب باختصار ما تعرفه عن:

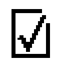
١- نظرية التحكم الاجتماعى لوسائل الإعلام.

٢- المقصود بالمستقبل النشط.

٣- المقصود بالاستقبال النشط فى درجته الأولى.

٤- المقصود بالاستقبال النشط فى درجته الثانية

٥- نظرية التلاقح الثقافى.



الإجابة عن أسئلة الوحدة الحادية عشرة

أولاً: ١- (×) ٢- (√) ٣- (√) ٤- (√)

٥- (√) ٦- (×)

ثانياً: متروك للدارس.


جميع حقوق
الطبع محفوظة
للمركز



أولا - المراجع العربية :

- أحمد حسين الصاوى، ١٩٧٥. فجر الصحافة فى مصر، دراسة فى إعلام الحملة الفرنسية. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- انشراح الشال، ١٩٩٤. **بث وافد على شاشات التلفزيون**. القاهرة: دار الفكر العربى.
- انشراح الشال، ١٩٩٨. **دولنا النامية في عصر الأقمار الصناعية**. القاهرة: دار الفكر العربى.
- برنارد لويس، ١٩٨٣. "الغرب والشرق الأوسط". **الفكر الاستراتيجى العربى**. العدد ٣٢ ص. ٢٨٤-٢٩٢ .
- برهان غليون، ١٩٩٠. **اغتيال العقل - محنة الثقافة العربية بين السلفية والتبعية**، القاهرة : مكتبة مدبولي.
- **جمال حمدان**، ١٩٨١. شخصية مصر، دراسة فى عبقرية المكان. **المجلد الثانى. القاهرة: عالم الكتب.**
- حسن حمدان العلكيم، ٢٠٠١/٢/٢٥. "الواقع التعليمي والثقافي والإعلامي في الوطن العربي". **جريدة الاتحاد.**
- حسن حنفى، ٢٠٠٣. "الثقافات العربية بين العولمة والخصوصية"، ٢٠٠٣/٧/١٢، ص ٢٠-٢١.

http:// www.almustaqbal.com/stories.aspsc.categoryID=88IssueD=274

- حسن عزوزي، "الهوية الإسلامية وتحصينها من التحديات الخارجية".

http:// alwaei. Awkaf. Net/ thamrat/ article. Php? ID = 40.

- خالد شاكر، ٢٠٠٤. "الإعلان الدولى بين التغريب والحفاظ على القيم المحلية". ***الإعلام المعاصر والهوية العربية***، المؤتمر العلمى السنوى العاشر. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- راسم محمد الجمال، ٢٠٠٥. نظام الاتصال والإعلام الدولى، الضبط والسيطرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

- راسم محمد الجمال، يوليو/سبتمبر ١٩٩٤. "التدفق الإعلامي من الشمال إلى الجنوب : الأبعاد والإشكاليات"، **مجلة عالم الفكر**، المجلد ٢٣ ، العددان الأول والثانى.
- راسم محمد الجمال، ١٩٩٣. "الاختراق الإعلامى للوطن العربى". **بحوث ودراسات عربية**. القاهرة. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
- سعيد توفيق، ٢٠٠٢ . **ثقافتنا في مواجهة العصر** . القاهرة : دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- سلام خطاب الناصري، ٢٠٠١. **الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية، دراسة في الاختراق الإعلامي الأمريكي للوطن العربي** . جروس برس.
- سليم سحاب، ١٩٨٥. "تأثيرات الغزو الثقافى على الموسيقى العربية." **البحوث**. بغداد. العدد ١٤. ص.٧١-٩٠ .
- سهام نصار، ٢٠٠١. "موقف الصحافة المصرية من قضية العولمة والهوية الثقافية، دراسة تحليلية لمواد الرأى في صحف الأهرام والوفد والشعب والأهالى خلال عامى ١٩٩٩-٢٠٠٠". **مجلة البحوث الإعلامية** . جامعة الأزهر. العدد السادس عشر. ٢٠٠١، ص. ٧٩- ١٧٨ .
- السيد مصطفي السادة، ٢٠٠٣/١١/٢٩ . الخطاب الثقافي بين أصالة المفهوم وهامشية الطرح، ص ١- ١٠.

http://www.annabaa. Org/n ba 49/ketabthaqafi.htm

- طه عبد العاطي مصطفي نجم، ١٩٩٩. "البث التليفزيونى المباشر والهوية الثقافية العربية"، دراسة استطلاعية . القاهرة، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر.
- على الدين هلال، ٢٠٠٢. "تأملات في هوية مصر والمصريين" ، **مقالات في الهوية**. *فى :* على الدين هلال وآخرون . القاهرة : مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر.
- عواطف عبد الرحمن، ١٩٩٤. "الحق في الاتصال بين الجمهور والقائمين بالاتصال". **عالم الفكر**. الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب. المجلد الثالث والعشرون. العددان الأول والثانى، يوليو/ سبتمبر- أكتوبر/ ديسمبر.
- عواطف عبد الرحمن، ١٩٨٤. **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث**. القاهرة : دار الفكر العربي.
- عواطف عبد الرحمن، ١٩٩٠. "أزمة البحوث النقدية في حقل الإعلام"، **مجلة الدراسات الإعلامية** ، المركز العربى الإقليمى للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة . العدد ٩٥.

- عواطف عبد الرحمن، ١٩٩٢. "تجليات التبعية الإعلامية في حرب الخليج" . **مجلة الدراسات الإعلامية** . القاهرة : المركز العربى الإقليمى للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة . العدد ٦٦ .

- عواطف عبد الرحمن وآخرون، ١٩٩٤. **حق الاتصال وارتباطه بمفهوم الحرية والديمقراطية** . تونس : المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

- فؤادة البكرى، ٢٠٠١. "الإعلام العربى والهوية الثقافية. دراسة تحليلية للجهود المصرية للحفاظ على الهوية وموقف الإعلام العربى". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد الثانى عشر. ص ٤١-٧٦.

- كرم شلبى، ١٩٩١. **الإذاعات التنصيرية الموجهة إلى المسلمين العرب**. القاهرة. الميراث الإسلامى.

- محمد سيد محمد، ١٩٩٤. **الغزو الثقافى والمجتمع العربى المعاصر** القاهرة: دار الفكر العربى.

- مصطفى الشقيري، ٢٠٠٣/١١/٢٠. "عندما تفقد الأمة هويتها" . **الأخبار** . ص١٣ .

- مصطفي رجب عن محمد عابد الجابري، ٢٠٠٠. الذاتية الثقافية العربية : جدل الأنا والآخر . ص ٤-١٨.

http.//www. Mefhoum. Com. Press4.

- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، جامعة الدول العربية، الهوية الثقافية العربية الإسلامية، إدارة الثقافة والاتصال (ألسكو).٢٠٠٣. ***http:// www. Alesco. Net/ arabe/ pages/ thakafa_ arab1.htm***

ثانيا - المراجع الأجنبية:

- AKOUN, André. 1994. ***La communication démocratique et son destin***. Paris : PUF

- ALHUMOOD, Abdullah Nasser. 1998. « La consommation collective des programmes télévisuels étrangers en Arabie Saoudite». ***Thèse***, Montréal, Université du Québec à Montréal.

- AMIN, Samir. 1996. ***Les défis de la mondialisation***. Paris : L’Harmattan.

- AMIN, Samir. 1975. ***Impérialisme et théorie sociologique du***

développement. Paris : éditions Anthroposidep.

- ANG, Ien. 1992. « Culture et communication, pour une critique ethnographique de la consommation des médias dans le système médiatique transnational ». ***Hermès*.** Vol. 11-12. p.75-93.

- ATKINSON, Dave. 1991. « Télévision, entertainment et cultures nationales. Des questions sans réponses ». in ATKINSON, Dave et autres (dirs.), ***Souveraineté et protectionnisme en matière culturelle.*: *La circulation internationale des émissions de télévision à la lumière de l'expérience canado-américaine,*** Sainte Foy : Sillery, Centre Québécois de relations internationales, Presses de l'Université du Québec.

- ATTALAH, Paul. 1993. ***Théories de la communication, histoire, contexte, pouvoir*.** Québec : Télé-université.

- BALLEW, Edward Tad. 2002. ***Screening Modernity at Shanghai Television Station : An Ethnographic Study of Globalization, Media, and Cultural Identity-Making in Local Context (China).*** New York : City university.

- BARBER, Benjamin R.. 1996. ***Djihad versus Mcworld, Mondialisation et Intégrisme contre la Démocratie.*** Traduction:, Valois, Michel. Paris : Desclée de Brouwer.

- BERNIER, Ivan. 1991. "Les cultures nationals dans une économie mondiale de marché" in ATKINSON, Dave et autres (dirs.), ***Souveraineté et protectionnisme en matière culturelle*: *La circulation internationale des émissions de télévision à la lumière de l'expérience canado-américaine,*** Sainte Foy : Sillery, Centre Québécois de relations internationales, Presses de l'Université du Québec.

- CHEN, Pin-Hao. 2001. ***National Identity and Media : The Taiwanese Case*.** Pennsylvania state university.

- CUCHE, Denys. 2001. ***La notion de culture dans les sciences sociales*.** Paris : La Découverte.

- EL BADAOUI, Souraya. 2003. « Études de l' usage des produits

communicationnels américains par des intellectuels égyptiens de différentes allégeances politico-religieuses ». *Thèse*. Montréal. Université du Québec a Montreal.

- EL KHAWAGA, Dina. 1995. « La Mondialisation au quotidien **».** ***Le Monde Diplomatique***. Mai, p.29.
- EUDES, Yves. 1982. ***La conquête des esprits, l'appareil d'exportation culturel américain,*** Cahiers libres 366. Paris : François Maspero.
- FERGUSON, Marjorie. 1993. Invisible Divides : Communication and Identity in Canada and the U.S. ***Journal of communication***. Spring 1993. p.42-57.
- FUKUYAMA, Francis. 1992. ***La fin de L'histoire et le dernier homme*.** France: Flammarion . Traduction: Denis-Armana Canal.
- GALTUNG, Johan. 1971. «A Structural Theory of Imperialism». ***Journal of Peace Research.*** Vol. 8, 2. p.81-117.
- HALL, Stuart. 1994. Codage et décodage dans le discours télévisuel. ***Réseaux.*** n.68 CNET. P.2939.
- KATZ, Elihu & LIEBES, Tamar. 1991. « Moyens de défense et vulnérabilités: typologie de la réaction, des téléspectateurs face aux émissions de télévision importées ». in ATKINSON, Dave et autres (dirs.), ***Souveraineté et protectionnisme en matière culturelle.: La circulation internationale des émissions de télévision à la lumière de l'expérience canado-américaine,*** Sainte Foy : Sillery, Centre Québécois de relations internationales, Presses de l'Université du Québec.
- KEILLER, Bruce D, M.HULT, G. Tomas. 1999 . "A Five – Country Study of National Identity" in: ***International Marketing Review***. Vol. 16, No.1. p. 65-84 (Emerald).
- KERLINGER, Fred N. 1974 . ***Foundations of Behavioral Research***, 2nd. Ed. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- KHOÎ, Lê Than. 1992. ***Culture, créativité et développement*.** Paris :

l'Harmattan.

- LAULAN, Anne-Marie. 1991. ***Le moderne et le sacré.*** Paris : L'Harmattan.
- LATOUCHE,Serge. 1994.« Modernité-développement, occidentalisation : les pièges d'une pseudo- universalité ». dans RIST, Gilbert (ed.). ***La culture otage du développement.*** Paris : L'Harmattan.
- LERNER, Daniel. 1964. **The Passing of Traditional Society, Modernizing the Middle East.** Glencoe : Free Press.
- LIEBES, Tamar, KATZ, Elihu. 1992. « Six interprétations de la série Dallas ». ***Hermès***. Vol. 11-12. p.125-144.
- MACBRIDE, Sean et autres. 1980. ***Voix multiples, un seul monde, communication et société aujourd'hui et demain.*** Paris : UNESCO, Les Nouvelles éditions Africaines et la Documentation Française.
- MATHEWS, Gordon. 2000. ***Global Culture/Individual Identity. Searching for Home in the Cultural Supermarket.*** London, Newyork : Routledge. P.121-165.
- --------------------. 2000. ***op.cit***. p.30-75.
- MATTELART, Armand. 1995. « La revanche des cultures ». Médias et contrôle des esprits. ***Manière de voir***. Vol. 27. p.80-82.
- ------------- 1991. ***La communication-monde***. Paris : La Découverte.
- -------------, Armand, MATTEALRT, Michèle. 1986. ***Penser Les Media***. Paris : La Decouverte.
- MOWLANA, Hamid. 1979. «Technology Versus Tradition: Communication in the Iranian Revolution». ***Journal of Communication***. Vol. 29, n. 3. p.107-112.
- NARULA, Uma, PEARCE, W. Barnett. 1986. ***Development as communication, a perspective on India.*** U.S., Board of Trustees. Southern Illinois : University Press.
- NZE-NGUEMA, Fidèle-Pierre. 1989. ***Modernité, Tiers-mythe et bouc-***

hémisphère. Paris : Publisud.

- OGAN, Christian. 2001. ***Communication and the Identity in the Diaspora : Turkish Migrants in Amesterdam and Their Use of Media.*** Lanham. Md : Lexington books.
- PIETERSE, Jan Nederveen. 1993. « Globalization as hybridization ». ***International Sociology.*** Vol. 9, N.2, p.161-184.
- PYE, Lucian. 1963. ***Communications and Political Development.*** Princeton N.J : Princeton University press.
- RALITE, Jack. 1997. « Cultures à vendre ». ***www.monde-diplomatique.fr/1997/02/RALITE/7791.html***
- RAVAULT, René-Jean. 1980. « Some Possible Economic Dysfunctions of the Anglo-American Practice of International Communications ». ***Thèse***, Iowa city, The University of Iowa.
- ------------- 1986. « Défense de l'identité culturelle par les réseaux traditionnels de coerséduction ». ***International Political Science Review.*** Vol. 7, n. 3, p.251-280.
- ------------- 1994. « Hégémonie des communications mondiales ou triomphe des cultures locales par la réception active ! (de la nécessite d'une mise au point) ». ***Les sciences de L'information et de la communication: Approches, Acteurs, Pratiques depuis vingt ans.*** Toulouse. Vol. 26-27-28, p.435-445.
- ------------- 1995. « Paradigmes pour les études de la communication ». ***Com 7001.*** UQAM.
- ------------ 2002, « Is There a Bin Laden in The Audience ? Considering the Events of September 11 as A Possible Boomerang Effect of the Globalization of US Mass Communication ». ***Prometheus.*** Vol. 20, n. 3, p. 1- 6.
- ROBERTSON, Roland. 1993. «Maping the Global Condition: Globalization as the Central Concept». Dans FEATHERSTONE, M. ***Global Culture : Nationalism, Globalization and Modernity.*** London : Sage publications.

- SCHILLER, H., ***Communication and Cultural Domination***, New york, M.E.Sharpe Inc., 1976.
- ------------- « La communication, une affaire d'État pour Washington », ***www.monde-diplomatique.fr/1997/08/SCHILLER/8973.html***
- ------------- 1991. " Faut-il dire adieu à la souveraineté culturelle ? " in : ATKINSON, Dave et autres (dirs.), ***Souveraineté et protectionnisme en matière culturelle.: La circulation internationale des émissions de télévision à la lumière de l'expérience canado-américaine***, Sainte Foy : Sillery, Centre Québécois de relations internationales, Presses de l'Université du Québec.
- SCHNAPPER, Dominique. 1991. « Le Quant à Soi ». ***Colloque des intellectuels juifs de langue française.*** Paris : Denoël.
- SCHRAMM, Wilbur. 1964. ***Mass Media and National Development.*** Paris : UNESCO.
- SFEZ, Lucien.1999. « Idéologie des nouvelles communications : Internet et les ambassadeurs de la communication ». ***www.monde-diplomatique.fr/1999/03/sfez/11782.html***
- STAROWICZ, Mark. 1991. "Citoyens Video-America, la télévision canadienne à l'ere des satellites" in : ATKINSON, Dave et autres (dirs.), ***Souveraineté et protectionnisme en matière culturelle.: La circulation internationale des émissions de télévision à la lumière de l'expérience canado-américaine,*** Sainte Foy : Sillery, Centre Québécois de relations internationales, Presses de l'Université du Québec.
- TEHRANIAN, Majid. 1980. « La malédiction de la modernité: dialectique de la modernisation et de la communication ». ***Revue internationale de sciences sociales.*** Vol.32, n. 2, p.263-280.
- THAYER, Lee. 1968. ***Communication and Communications System***. Homewood Illinois : Richard D. Irwin.
- THOR, Martin. « Définitions de la globalisation », ***www.globalize.org/lexicon/globalization.html***

- TOMLINSON, John. 1991. ***Cultural Imperialism.*** Baltimore : Johns Hopkins University Press.
- TOURAINE, Alain. 1992. ***Critique de la modernité.*** Paris : Fayard.
- TUNSTALL, Jeremy. 1977. ***The Media are American : Anglo-American Media in the World***. Londres: Constable, Communication and Society Series.
- VARAN, Duane. 1998. «The Cultural Erosion Metaphor and the Transcultural Impact of Media Systems». ***Journal of Communications***. p.58-85.
- WAISBORD, Silvio. 1998. "When the Cart of Media is before the Horse of Identity". A Critique of Technology-Centered Views on Globalization, ***Communication Research***.Vol 25. N4. August 1998. p.377-398.
- WOLF, Mauro. 1992. « Recherche en communication et analyse textuelle ». ***Hermès***. Vol. 11-12, p.213-228.
- ZENG, Liren Benjamin. 2000. ***Globalization and its Impact on Media in China : A Comparative Semiotic Content Analysis of Visual Representation in Chinese and U.S. Magazine Advertisements,*** *1979-1998*. Ohio state university.